Gouvernement du Québec
Ministère des Affaires culturelles
Service gouvernemental de la propriété intellectuelle et du statut de l'artiste

ÉTUDE

LE MARCHÉ DE L'ART ET L'ARTISTE AU QUÉBEC

par

Francine Couture, professeure
Ninon Gauthier, sociologue de l'art
Yves Robillard, professeur

AVRIL 1984

85-1313/

Dépôt légal: Bibliothèque nationale
du Québec, 2è trimestre 1984

© Francine Couture, Ninon Gauthier et Yves Robillard 1984

© Gouvernement du Québec 1984 pour la présente édition en vertu d'une licence.

PRÉSENTATION

Après s'être vu confier par le ministère des Affaires culturelles, le mandat d'"améliorer et revaloriser le statut de l'artiste", le Service publiait à l'automne 1983 deux recherches (1) sur des problèmes communs à l'ensemble des artistes, quel que soit leur mode d'expression ou discipline.

Voici maintenant une étude qui décrit et analyse la réalité globale d'un secteur particulier, celui des marchés de l'art et des artistes du Québec.

En plus de dresser un état général de la situation, les trois chercheurs, mesdames Francine Couture, Ninon Gauthier et monsieur Yves Robillard livrent plusieurs renseignements inédits que leur grande connaissance et leur longue expérience du milieu leur ont permis de découvrir ou de reconstituer.

En publiant les résultats de cette recherche, le Service entend offrir aux artistes, ainsi qu'à tous les agents impliqués ou concernés par le développement des arts plastiques, un point d'appui pour raffiner davantage la connaissance de ce secteur du monde des arts et orienter conséquemment des actions afin d'améliorer la condition de l'artiste.

Les opinions énoncées dans cette étude sont celles des auteurs et n'engagent pas le ministère des Affaires culturelles.

Le directeur,

Michel Brûlé

---

(1) * La situation du travailleur culturel québécois en regard des différentes législations fiscales, par Me André Lareau, professeur - septembre 1983.

* Le travailleur culturel et la législation fédérale et québécoise de sécurité sociale, par Me Pierre Issalys, professeur - novembre 1983.

LE MARCHÉ DE L'ART

ET L'ARTISTE

AU QUÉBEC

par

FRANCINE COUTURE
professeure
département
d'Histoire de l'Art
UQAM;

NINON GAUTHIER
sociologue de l'art;

YVES ROBILLARD
professeur
département
d'Histoire de l'Art
UQAM

Recherche:

- Francine Couture
- Ninon Gauthier

INTRODUCTION

Les données disponibles ne nous permettaient pas de répondre avec précision à toutes les questions que soulevait cette étude du marché de l'art, en regard de l'artiste au Québec. Aussi, nous avons dû compléter la connaissance que nous avions du marché de l'art québécois par des analyses de documents et par des entrevues.

Dans le cadre de notre analyse du marché, nous avons procédé à quarante (40) entrevues téléphoniques semi-directives avec divers agents du marché de l'art opérant à partir de Montréal, marchands, encanteurs, agents d'artistes, courtiers et distributeurs-grossistes. Avec eux, nous avons discuté de la situation actuelle du marché de l'art au Québec, de leurs problèmes, de leurs coûts d'opération, de leur commission, nous avons tenté d'identifier leur clientèle et ses caractéristiques économiques et sociales, d'estimer l'importance de la clientèle privée dans leur chiffre d'affaires par rapport à la clientèle corporative et institutionnelle et d'évaluer le volume annuel de leurs transactions pour une année moyenne. De plus, nous avons analysé sommairement les résultats des ventes aux enchères d'oeuvres d'art dans les trois principales salles de ventes de la région de Montréal au cours des trois dernières années. Nous avons également examiné des

documents provenant de sept (7) grandes entreprises concernant leur budget d'acquisitions d'oeuvres d'art et la composition de leur collection.

Notre chapitre sur les types de carrières d'artistes s'appuie sur l'analyse informatique de 466 curriculum vitae d'artistes dont les oeuvres sont régulièrement disponibles dans les galeries d'art québécoises et sur les listes de prix des oeuvres de ces artistes. Pour identifier ces artistes, nous nous sommes basés sur le Guide Vallée de la Peinture, sur le livre "Cinquante artistes de chez nous", sur une documentation personnelle sur plus de 250 artistes qui ont exposé dans les galeries montréalaises ou au Salon national des Galeries d'art au cours des trois dernières années. Cette documentation a été complétée par des informations recueillies auprès des principales galeries d'art contemporain, sous-représentées dans notre population initiale. Les limites du temps qui nous était alloué pour cette étude nous ont empêché d'inclure dans cette population les artistes inuits qu'on estime à près de 400 au Québec et les artistes qui oeuvrent principalement dans le domaine de l'intégration des oeuvres d'art à l'environnement. Aussi, notre analyse ne portera que sur la carrière artistique dans le système des galeries.

Enfin, pour notre chapitre sur l'impact des programmes gouvernementaux sur le marché, nous avons analysé les rapports annuels des musées d'Etat, du Musée des Beaux-arts de Montréal, du ministère des Affaires culturelles, du Conseil des Arts et de la Banque d'oeuvres d'art du Canada, de même que quelques

documents additionnels. Nous avons également utilisé les résultats d'une étude sur la Banque d'oeuvres d'art du Canada que nous avions effectuée en 1981 et qui n'avait pas encore été publiée.

Nous remercions les membres du personnel des Musées d'État et du Musée des Beaux-arts de Montréal, les fonctionnaires du ministère des Affaires culturelles et du ministère des Affaires extérieures, de la Communauté urbaine de Montréal, les responsables de collection d'entreprise, de la Fédération des coopératives du Nouveau-Québec, de la Canadian Artic Producer et du Département d'art inuit de la compagnie de La Baie d'Hudson, de même que les encanteurs, directeurs de galeries d'art, courtiers et agents d'artistes qui ont bien voulu nous fournir les informations nécessaires à nos travaux. Nous remercions également le Service de consultation du Département de mathématiques et d'informatique de l'UQAM.

Montréal, le 22 mars 1984

I - LES MARCHÉS DE L'ART AU QUÉBEC

Définition

Nous entendrons par "marché québécois de l'art" l'ensemble des activités économiques concernant les transactions d'objets d'art ou d'objets considérés comme tels par les acheteurs et/ou les vendeurs et qui sont réalisées à partir du Québec. Nous inclurons donc dans notre étude non seulement les opérations commerciales portant sur l'art savant ancien et contemporain mais aussi celles qui touchent l'art commercial et le chromo, et cela quelle que soit la provenance des objets. Nous aborderons aussi bien le commerce de gros que le commerce de détail. Cette étude s'étendra non seulement aux transactions sur des objets d'art déjà fabriqués, mais aussi à celles concernant des commandes publiques des divers paliers de gouvernement. Enfin, nous considérerons à la fois le marché en galeries et celui en salles de ventes, et nous tenterons d'estimer l'importance du marché parallèle, beaucoup plus diffus, celui des courtiers, des agents d'artistes et celui des artistes eux-mêmes.

Il s'agit évidemment d'un marché fort important que nos entrevues nous permettent d'estimer à un volume moyen de transactions annuel qui pourrait varier entre 46 425 000$ et 61 195 000$[1]. Et encore, cet estimé serait-il relativement conservateur puisqu'il exclut les ventes des artistes québécois à des marchands et

1 L'écart entre les galeries, en ce qui concerne le volume moyen de transactions, varierait entre 40 000$ et 2 000 000$.

agents de l'extérieur du Québec et les commandes d'oeuvres d'art monumentales provenant du secteur privé, particulièrement des entreprises et des institutions religieuses, secteurs du marché sur lequel nous n'avons pu recueillir aucune donnée précise. Aussi, ce compte rendu doit-il être considéré comme un rapide survol de la situation plutôt que comme une analyse approfondie qui exigerait beaucoup plus de temps que celui qui nous a été alloué.

Diversité du marché québécois de l'art

Au premier abord, le marché québécois de l'art apparaît comme une immense mosaïque dont les éléments s'entremêlent d'une façon quasi inextricable. Les corporations sont aussi actives dans les galeries d'art traditionnel que dans celles vouées à la promotion des avant-gardes. Si les institutions enferment encore l'art indigène contemporain dans les ghettos des départements d'art ethnique ou des musées ethnologiques, dans les galeries, il est parfois exposé à côté de l'art abstrait et de la nouvelle figuration. Les oeuvres des maîtres du XIXème siècle ou du début du XXème figurent fréquemment à côté de celles des peintres académiques contemporains; celles, vraies ou fausses, des maîtres de l'abstraction et de la figuration moderne côtoient parfois l'art le plus commercial, dans les "select" galeries de la rue Sherbrooke de Montréal comme dans celles des centres d'achat de province. Les galeries et les agents d'artistes sont des clients importants des salles de ventes qu'ils utilisent comme rampe de

promotion pour leur "poulain" ou pour l'écoulement de "stock mort". L'art régional s'épanouit sur le marché provincial de l'art commercial et du chromo et il est en voie de conquérir une part importante du marché canadien par l'intermédiaire de distributeurs agressifs formés aux techniques de marketing les plus avant-gardistes. Enfin, d'un point de vue économique, ce marché ressemble à première vue à un marché de concurrence parfaite où se rencontrent une multitude de vendeurs et d'acheteurs. Mais une analyse plus poussée révèle que le marché de l'art est un marché d'objets de luxe, qu'il est devenu au cours de la dernière décennie un marché de valeurs mobilières et que, de ce fait, il est largement affecté par le facteur de rareté qui minimise cette situation de concurrence idéale. Par ailleurs, depuis quelques années, le marché de l'art commercial et du chromo est largement dominé par une dizaine de distributeurs-agents d'artistes qui l'ont transformé, comme nous le verrons plus loin, en oligopole, du point de vue des acheteurs et en oligopsone, du point de vue des artistes-producteurs.

Malgré cette confusion apparente, il importe, pour bien comprendre ce marché et ses problèmes, de le subdiviser en diverses catégories. On distinguera d'abord le marché du point de vue esthétique. Car, malgré la fréquente cohabitation des esthétiques, les galeries ont tendance à se spécialiser du point de vue esthétique: l'art savant traditionnel ou contemporain sert tout au plus de moyen de légitimation aux galeries commerciales et l'art commercial, de revenu d'appoint à certaines galeries dites "sérieuses". Nous

considérerons également le marché du point de vue des différentes disciplines artistiques et de la provenance des oeuvres. Nous distinguerons les galeries d'art en fonction des différents types de vendeurs. Enfin, dans un dernier temps, nous analyserons le marché en fonction des différentes clientèles privées, corporatives et institutionnelles en essayant d'évaluer l'impact de chacune sur le marché

Les esthétiques et le marché de l'art au Québec

Alors qu'en France et dans les grandes villes américaines, le marché de l'art s'est depuis longtemps fortement spécialisé en fonction des différentes esthétiques défendues par les marchands, au Québec, les dimensions restreintes du marché n'autorisent guère l'érection de chapelles de stricte observance. Dans les années soixante, l'expressionnisme abstrait côtoyait le minimalisme, le pop et l'art cinétique, à la Galerie du Siècle; les vaches hollandaises s'affichaient à côté des calligraphies échevelées de Matthieu, entre un paysage symboliste d'Emily Carr et un gisant stylisé de Moore, à la Galerie Dominion. Aujourd'hui, rues Laurier et Sherbrooke ouest, on trouve sur les mêmes cimaises tout ce qui s'est valu une cote en salle de ventes, de Riopelle et Pellan à Tex Lecor et Tanobe, en passant par Cosgrove et Masson, tandis que rue St-Denis et avenue du Parc, l'art conceptuel et l'abstraction établissent des relations de bon voisinage avec les dernières manifestations de l'expressionnismeet du nouveau réalisme.

Malgré cet éclectisme quasi généralisé, on peut distinguer les galeries selon qu'elles privilégient les esthétiques du XIXème et du début du XXème siècle, ou celles de la deuxième moitié du XXème siècle.

Le marché de l'art traditionnel

Ce sont généralement les mêmes galeries qui proposent les oeuvres des maîtres, petits et grands, du siècle dernier et du début du siècle, qu'ils soient canadiens ou étrangers. Même un courtier qui se présente comme un spécialiste de l'estampe ancienne européenne, offre également des gravures des canadiens Pilot, Clarence Gagnon, Walter Philips et Holgate. C'est que, comme nous le verrons plus loin, notre marché est fortement dominé par l'art local. Ces galeries représentent également des artistes contemporains qui s'inspirent plus ou moins fidèlement de l'académisme ou d'esthétiques plus modernes, mais bien établies, réalisme, impressionnisme, symbolisme, fauvisme, surréalisme... Quelques artistes plus aventureux, tenants de la nouvelle figuration, y trouvent place occasionnellement. Les représentants et les disciples du Groupe des Sept occupent de loin une place prépondérante sur ce marché. La situation est la même dans les salles de ventes qu'en galeries. Ce sont les sujets canadiens, paysages et personnages "typiques" qui, de loin, retiennent davantage l'attention des marchands comme de leur clientèle. Cependant, le goût semble avoir évolué récemment si on en juge par le retour sur leurs cimaises de scènes d'intérieur et de

natures mortes, après plus de vingt ans d'absence. Notons que cette situation prévaut également dans les salles de ventes. La peinture domine très largement ce marché, à un point tel que les sculptures et les estampes anciennes se retrouvent aussi fréquemment chez les antiquaires et les brocanteurs que dans les galeries d'art. Le marché de la figuration traditionnelle et moderne est fort important au Québec et représente entre 33,5 et 38,2% du marché selon nos estimés[1]. Le volume des transactions effectuées sur des oeuvres qui se rattachent à ces esthétiques, par les différents vendeurs, marchands courtiers, artistes et encanteurs, serait de l'ordre de 17 750 000$ à 20 500 000$[2]. C'est dans les ventes aux enchères, un marché ultra conservateur dominé depuis plusieurs années par les perspectives d'investissement, que l'art traditionnel et la figuration moderne s'affirment davantage, occupant entre 70 et 71,4% du marché[3]. Enfin, la faible part de ce marché réservée aux courtiers, aux agents et aux artistes, soit entre 18,3 et 18,6%[4], s'explique autant par la réticence d'artistes chevronnés à transiger directement avec des amateurs et des agents que par l'insécurité des acheteurs et leur besoin de s'appuyer sur un marchand réputé pour s'assurer de la valeur esthétique et de l'authenticité des pièces convoitées. Les prix sont relativement élevés sur ce marché, dépassant facilement le millier de dollars, même pour les dessins.

1 Voir tableau 2 (p. 58)

2 Voir tableaux 1 (p. 57)

3 Voir tableau 2

4 Voir tableau 6 (p. 62)

Cependant, à cause du caractère familier et rassurant de ces esthétiques déjà largement reconnues par les experts comme par le marché, la clientèle est plus importante que pour les oeuvres d'esthétiques contemporaines. Elle est estimée entre 3 500 et 5 000 amateurs[5]. Par ailleurs, certains marchands considèrent qu'elle pourrait atteindre 10 000 acheteurs grâce à une meilleure information sur l'art. Notons qu'il n'y a pas d'imperméabilité parfaite entre les clientèles des différents marchés: un collectionneur peut s'intéresser à la fois à la figuration moderne et à l'art contemporain; une peinture signée d'un grand nom de l'art canadien complète parfois une collection d'art commercial.

Le marché de l'art traditionnel et moderne se distingue du marché de l'art contemporain du fait qu'il représente un risque relativement moins important,puisqu'il mise essentiellement sur des valeurs sûres historiquement et/ou esthétiquement et que, conséquemment, il exige de la part du vendeur des efforts bien moindres de mise en marché. Cependant, on doit retenir qu'il existe sur le marché de l'art ancien comme sur le marché de l'art contemporain des modes qui peuvent sévèrement l'affecter. Par ailleurs, ce marché n'est pas à l'abri d'une baisse de l'activité économique et le marché des pièces de très grande valeur est probablement celui qui est le plus lourdement touché par une récession comme on a pu le constater récemment. Comme sur le marché de l'art traditionnel et moderne, les pièces sont fréquemment achetées et non uniquement prises en consignation, un brusque changement de mode, une évolution rapide de la conjoncture économique, peuvent représenter pour une galerie des frais de financement et

5 Voir tableau 16 (p. 72)

d'entreposage fort coûteux. Par ailleurs, le pourcentage de commission sur une pièce majeure peut être beaucoup plus faible, de l'ordre de 30%, que sur le marché de l'art contemporain, que la pièce provienne d'une collection privée ou d'un artiste réputé dont le pouvoir de négociation est évidemment beaucoup plus grand que celui d'une jeune artiste. Cela diminue d'autant la marge de profit. Les difficultés d'authentification de certaines pièces représentent également un risque important, et du point de vue financier et du point de vue déontologique. Enfin, le niveau des prix pratiqués sur ce marché impose certaines dépenses supplémentaires: localisation dans des quartiers stratégiques où loyers et taxes sont particulièrement élevés, aménagement d'un cadre de grand luxe, multiplication du personnel etc...

Le marché de l'art contemporain

Après avoir connu une éclipse de plus de 10 ans au profit des esthétiques les plus traditionnelles, l'art contemporain recommence à s'implanter sur le marché de Montréal. Quatorze galeries commerciales montréalaises et trois galeries québécoises se consacrent exclusivement à la promotion des esthétiques contemporaines. Douze d'entre elles ont vu le jour depuis le début de la décennie '80. A ces galeries, il faudrait ajouter une dizaine de galeries dont une partie de l'inventaire est composée d'oeuvres d'art contemporain. Par ailleurs, des corporations, des amateurs qui, jusqu'à maintenant, s'étaient montrés réfractaires à l'abstraction et à la nouvelle figuration commencent à introduire

l'art contemporain dans leur collection. Le marché de l'art contemporain est donc un marché en pleine expansion. Il ne faudrait pas conclure pour autant à sa prospérité. Avec un volume global de transactions de 7 450 000$ à 8 400 000$ pour une année moyenne, le marché de l'art contemporain ne représente que de 13,7 à 16%[6] du marché de l'art québécois, alors que plus de la moitié de la production de nos artistes se rattache aux esthétiques contemporaines. Si on exclut la clientèle des institutions du gouvernement québécois et de la Communauté urbaine de Montréal, un marché estimé entre 3 450 000$ et 3 700 000$, il ne représente plus que de 8,2 à 9,3% du marché québécois de l'art. En effet, les institutions occupent, en tant qu'acheteurs, une place très importante sur le marché de l'art contemporain ce qui en fait un quasi-oligopsone dont dépendent largement les artistes-producteurs. Malgré l'augmentation récente du nombre de galeries d'art, 56,5% à 58,4% des transactions se font par l'intermédiaire d'agents et surtout directement auprès des artistes. D'une part, les commandes publiques sont données directement aux artistes, d'autre part, les responsables des collections d'Etat et les conservateurs de musées d'Etat semblent préférer acheter directement à l'atelier, alléguant qu'ils peuvent ainsi éviter la commission de la galerie. Ainsi, entre 1972 et 1981, la Banque d'oeuvres d'art du Canada n'a acheté que pour une somme d'environ 350 000$ dans les galeries du Québec. La plupart des achats d'oeuvres d'artistes québécois ont été effectués dans les ateliers des artistes et il en est de même

6 Voir tableaux 1 et 2.

pour la Collection de prêts du Gouvernement du Québec. Cette attitude ou cette politique officieuse, ne contribue évidemment pas au développement et au renforcement d'un réseau de galeries commerciales d'art contemporain, réseau qui nous paraît essentiel au développement au Québec de l'art contemporain et à sa diffusion dans le public. Par ailleurs, il n'est pas évident que les achats en atelier contribuent à un abaissement réel des prix. En effet, l'absence de confrontation avec un marché plus large et plus anonyme, celui de la clientèle privée, pourrait et a déjà entraîné certains artistes à ignorer la réalité d'un marché soumis aux lois de l'offre et de la demande, à s'inspirer des prix obtenus par les vedettes du marché international pour demander des prix beaucoup trop élevés compte tenu des limites de notre marché. Une analyse sommaire des statistiques sur les carrières d'artistes semble confirmer cette hypothèse: ce sont les artistes qui sont soutenus par l'Etat, par des subventions, des acquisitions, des expositions de musées, des artistes majoritairement impliqués dans des pratiques contemporaines de l'art qui ont les cotes les plus élevées. Or, c'est le marché où la demande est de loin la plus faible et sur lequel, en vertu des lois de l'économie, les prix devraient être les plus bas. Ces artistes s'exposent donc à un plafonnement rapide, et de leurs prix et de leur marché. Une présence plus grande des institutions dans les galeries d'art contemporain et une attitude plus critique à l'égard des prix, paraissent souhaitables.

Alors qu'aux Etats-Unis et en Europe, l'art contemporain s'est taillé une place importante sur le marché de la revente et particulièrement dans les ventes aux enchères incitant les encanteurs à organiser des ventes spécialisées en art contemporain, cet art est presque absent des salles de ventes québécoises. Même si on inclut les ventes de charité, où il occupe une place beaucoup plus importante, il ne représente que 1,3 à 1,7% de ce marché[7]. Cela s'explique à la fois par le conservatisme de la clientèle de nos encanteurs et par l'absence des amateurs d'art contemporain des salles de ventes. Sur le marché hautement spéculatif du tournant des années '80, cette situation n'a pu que contribuer à la fragilité du marché de l'art contemporain au Québec.

La clientèle québécoise se caractérise par sa très grande fidélité aux artistes locaux. Comme le marché de l'art traditionnel, celui de l'art contemporain est très largement dominé par l'art local. Seulement quatre (4) galeries montréalaises offrent régulièrement des oeuvres d'artistes du reste du Canada, alors que trois (3) autres font une place importante à l'art international[8]. L'art étranger ne représenterait que 10,7 à 11,9% du marché de l'art contemporain et celui du reste du Canada, seulement 13,4 à 14,3%. En effet, les rares amateurs qui s'intéressent à l'art étranger préfèrent acheter sur les marchés de Paris, de New York et de Toronto, et il en est de même pour nos conservateurs de musée. L'étendue du choix offert par les galeries étrangères, l'intérêt d'un voyage, justifient ce comportement. Quant aux corporations,

7 Voir tableaux 6 et 8

8 Voir tableaux 12 et 13

elles n'ont pas attendu le budget MacEachen pour bannir l'art étranger de leurs collections. L'absence d'acheteurs "sérieux" d'art contemporain étranger dans nos galeries compromet sa présence stimulante sur notre marché et contribue à le maintenir au niveau d'un marché provincial.

La peinture occupe également la première place sur le marché de l'art contemporain. Cependant, ce marché fait une place plus grande à l'estampe, au dessin et à la sculpture[9]. Cette situation s'explique davantage par la formation esthétique et l'ouverture d'esprit de la clientèle que par le niveau de ses revenus qui se compare à celui de la clientèle des autres marchés.

L'art contemporain s'adresse généralement à une clientèle possédant une certaine formation esthétique. Comme notre système d'éducation n'offre qu'une formation artistique et esthétique limitée, l'art y étant plutôt considéré comme un instrument de développement de la créativité de l'enfant que comme un mode d'appréhension de l'univers possédant son propre langage, la clientèle du marché de l'art contemporain demeure relativement faible, entre 1 500 et 3 000. C'est très peu si on considère que le marché de l'art québécois s'adresserait, selon plusieurs de nos interviewés, à une clientèle potentielle de 50 000. A quelques exceptions près, la clientèle des galeries d'art contemporain est essentiellement une clientèle locale, le marché canadien d'art contemporain étant depuis deux décennies dominé par Toronto. Cette situation peut à la fois être reliée à la faiblesse de la demande pour l'art contemporain au Québec et au manque de

9 Voir tableau 18.

dynamisme des marchands qui trop souvent encore s'en tiennent à une mise en marché artisanale et traditionnelle.

Or, la promotion de l'art contemporain est très exigeante; elle implique qu'on impose constamment non seulement de nouveaux noms, mais aussi de nouvelles formes, de nouvelles esthétiques, voire même, de nouveaux arts. Cela peut facilement représenter des dépenses fort importantes au niveau de la production de matériel d'information et d'éducation de la clientèle et évidemment des risques beaucoup plus grands. Par ailleurs, le financement d'une telle entreprise peut s'avérer plus difficile compte tenu du conservatisme de nos institutions financières. Pourtant, les commissions des marchands impliqués dans cette mise en marché ne dépassent guère celles qui prévalent sur le marché de l'art traditionnel, entre 35 et 40%, la majorité se situant autour de 40%. La limite des marges de manoeuvres des galeries pourrait donc partiellement expliquer leur manque de dynamisme sur le marché local comme sur le marché étranger. Pourtant, étant donné les limites du marché local, l'exportation s'y impose avec plus d'urgence que sur tout autre marché.

Le marché de l'art inuit

La mise en marché de l'art inuit du Nouveau-Québec au cours des cinq dernières années offre un excellent exemple de dynamisme sur les marchés extérieurs comme intérieurs. En effet, la diffusion hors Québec représente 85% du volume des transactions de la

Fédération des coopératives du Nouveau-Québec. Depuis l'ouverture d'une salle de ventes à New York, et l'établissement d'un réseau de vendeurs à travers les Etats-Unis, le marché américain absorbe pour 450 000$ de la production annuelle de nos artistes inuits, sculpteurs et graveurs, uniquement au niveau du marché de gros. En effet, une partie importante de la clientèle des galeries et boutiques québécoises qui offrent des sculptures et des estampes inuits est étrangère. Ainsi, 60% de la clientèle du département d'art inuit de la Guilde canadienne des métiers d'art de Montréal est américaine ou européenne. De plus, certains artistes inuits québécois préfèrent vendre directement au département d'art inuit de la Compagnie de la Baie d'Hudson dont le siège social est à Toronto. Comme à Montréal, à Toronto, la clientèle pour l'art inuit est majoritairement formée d'étrangers. L'art inuit se vend mal à travers l'ensemble du pays et son marché est d'abord un marché d'exportation. Les grandes collections d'art inuit sont en Europe et aux Etats-Unis et non au Canada et les meilleures et les plus grosses pièces prennent encore le chemin de l'étranger. Si les Européens se passionnent maintenant pour les gravures, les Américains préfèrent encore les sculptures. Le caractère ethnographique de ces oeuvres ne saurait seul expliquer ce succès sur les marchés étrangers, pas plus que l'homogénéité relative de la production, surtout en ce qui concerne les pièces destinées au tourisme . Ce cas de réussite mériterait une analyse plus poussée. Il est d'autant plus intéressant que, dans les collections, l'art inuit est fréquemment associé à l'art contemporain et qu'il connaît les mêmes difficultés sur le marché local.

L'importance des exportations explique que ce marché soit d'abord un marché de grossistes[10]. Le commerce de détail ne représente que 35,4 à 38,8% du volume global des transactions sur ce marché au cours d'une année moyenne. L'art inuit n'occupe qu'une faible part du marché de l'art québécois, entre 4 et 4,3% pour un volume annuel de transactions entre 1 975 000$ et 2 450 000$. L'art inuit est presque absent des salles de ventes québécoises et les pièces d'art inuit sont généralement revendues chez les encanteurs de Toronto qui, depuis quelques années, organisent régulièrement des ventes spécialisées d'art inuit qui attirent étrangers autant que canadiens.

Le marché de l'art commercial et du chromo

Avec un volume de transactions annuel estimé entre 19 250 000$ et 30 600 000$, avec un réseau de plus de 200 galeries réparties sur l'ensemble du territoire québécois, avec une clientèle de 35 000 à 40 000 acheteurs prêts à dépenser entre 500$ et 1 000$ pour une peinture bien encadrée, le marché de l'art commercial et du chromo domine encore largement notre scène artistique. Il représente 41,5 à 50% du marché de l'art québécois[11]. Ici, l'amateurisme n'a plus sa place; la mise en marché est soigneusement orchestrée et recourt aux techniques de pointe pour assurer une efficacité et une rentabilité maximales. Une dizaine d'agents-

10 Voir tableau 6.

11 Voir tableaux 1 et 2.

distributeurs en sont les maîtres d'oeuvre et non seulement approvisionnent ces galeries, mais leur fournissent divers services, financement, communication, publicité, marketing, encadrement, transport etc... Les galeries sont parfois assimilées à des quasi-succursales de ces distributeurs et s'engagent à acheter toute la gamme des produits qu'ils offrent, des vedettes aux débutants. Alors que certains agents exigent l'exclusivité, d'autres ne fournissent qu'une proportion maximale de l'inventaire de la galerie qui peut aller jusqu'à 50%. Cela leur permet d'utiliser les galeries affiliées comme éclaireurs dans la recherche et la mise en marché de nouveaux talents et de ne retenir que les artistes les plus "rentables", évitant ainsi des erreurs coûteuses. Ces distributeurs s'assurent généralement l'exclusivité de la production de leur "poulain", production qu'ils achètent à 80 ou même 90% du prix de détail officiel[12], pourcentage qu'ils justifient par l'importance des frais de mise en marché[13] et par la nécessité d'assurer un profit raisonnable aux galeries. En retour, ils offrent à ces artistes, qui souvent vivent en région, une diffusion provinciale et même nationale, à laquelle ils pourraient difficilement accéder sans leur aide. Car, certains de ces distributeurs opèrent déjà à l'échelle nationale et tentent même de conquérir les marchés étrangers. La rentabilité doit être immédiate et tout échec de la part d'un artiste conduit à une rapide éviction de "l'écurie". Comme ces galeries sont en

---

12 Ces prix peuvent facilement doubler à l'occasion d'opération de marketing en galerie, sans que la part de l'artiste augmente.

13 Rédaction de biographies, production de luxueux cartons d'invitation, commande d'articles, service de communication, campagne de publicité, publication de catalogues et de livres d'art etc.

communication permanente les unes avec les autres par le biais des distributeurs, il peut devenir très difficile pour un artiste ainsi éconduit de trouver place ailleurs sur ce marché, même dans sa région d'origine. En effet, la plupart des galeries des régions travaillent désormais presque exclusivement avec un ou plusieurs distributeurs et il devient presque impossible pour un artiste d'exposer même dans sa région sans passer par ces intermédiaires et de faire uniquement une carrière locale. Car, sur ce marché comme sur celui de l'art savant, la clientèle recherche des noms établis ou en voie de le devenir, des noms qui pourraient éventuellement représenter de "bons investissements". Cette clientèle ne se distingue d'ailleurs pas tellement de la clientèle moyenne des autres marchés de l'art, par son niveau de revenu et de scolarité: on trouve autant de chromos ou du moins d'art commercial dans les bureaux et les salons des jeunes professionnels et des jeunes cadres que chez les ouvriers spécialisés et les chefs de petites entreprises. Car, le manque d'éducation artistique est généralisé au Québec. Tout au plus observe-t-on que la bourgeoisie de deuxième et troisième génération, celle qui a reçu une formation artistique dans le milieu familial se retrouve davantage sur les marchés de l'art ancien et de l'art contemporain. Par ailleurs, il n'y a heureusement pas d'étanchéité parfaite entre ce marché et les autres marchés de l'art, et après quelques mauvaises expériences, certains collectionneurs d'art commercial arrivent à franchir la barrière culturelle et sociale du marché de l'art savant. Ces cas sont encore exceptionnels. Aussi, seule une politique dynamique d'information et de formation de la

population pourrait permettre d'amener le grand public sur le marché de l'art savant. C'est en allant chercher le public là où il se trouve qu'on l'amènera à évoluer.

Le marché de la peinture et les autres arts[14]

Nous l'avons vu, le marché de l'art est très largement dominé par la peinture. Pour le néophyte québécois, une oeuvre d'art est une peinture ou du moins un objet bidimensionnel polychrome. En effet, on constate que depuis quelques années les oeuvres sur papiers, aquarelles, pastels, collages, multidmédia, longtemps boudées des amateurs québécois francophones, obtiennent désormais de bons prix en ventes publiques, des prix qui se rapprochent de ceux des toiles, ce qui témoigne d'un accroissement de l'intérêt du public.

Par ailleurs, le marché des estampes qui avait connu un essor rapide, au cours des années soixante-dix, éprouve actuellement de sérieuses difficultés à tel point que plusieurs galeries qui s'étaient spécialisées dans l'estampe s'ouvrent à d'autres disciplines, dessin, peinture, affiche... La conversion de plusieurs artistes-graveurs à la peinture ou au dessin est également symptomatique du malaise que connaît le marché de l'estampe. L'absence de réglementation sur la justification de tirage, les campagnes d'information au sujet de publicités trompeuses, le

---

14 Voir tableaux 14 et 18.

manque de connaissances et l'insécurité des amateurs, le niveau élevé des prix par rapport à ceux du marché international compte tenu des limites de la demande potentielle sur le marché canadien, l'application aux estampes à tirage limité de la taxe fédérale sur les imprimés depuis 1980 sont autant de facteurs qui ont pu détourner le public de ce marché. Une seule galerie offre des estampes anciennes. Il ne nous a pas été possible d'estimer le volume des transactions sur le marché de l'estampe. Il ne représente que 5 à 6% de celui des salles de ventes. On estime entre 600 et 1 200 le nombre ce ceux qui achètent plus ou moins régulièrement des estampes. Les corporations représentent une part importante de ce marché. Car, les oeuvres uniques sont souvent réservées aux halls d'entrée, aux salles de réunion et aux bureaux des cadres supérieurs, les estampes étant utilisées pour décorer les autres lieux de travail. Les hôtels sont également des acheteurs importants pour les ateliers de gravure. Ils ont cependant à faire face à une importante compétition de la part des éditeurs étrangers d'estampes originales et de reproductions. D'ailleurs, trois des cinq principales galeries montréalaises spécialisées dans l'estampe font une place privilégiée à leur département d'art étranger.

La sculpture et les arts textiles sont encore largement ignorés des collectionneurs québécois[15] et à l'exception des commandes publiques, ces média trouvent rarement place dans nos collections

---

15 Voir tableau 18.

publiques. La sculpture occuperait au plus 5% du marché en galerie. En dehors des galeries d'art inuit et d'art ethnique, seulement neuf galeries québécoises dont six galeries d'art contemporain, proposent en permanence des sculptures à leur clientèles. Quant aux arts textiles, on n'en trouve que dans une seule galerie d'art montréalaise et le plus souvent les oeuvres de cette discipline sont confinées aux boutiques d'artisanat. C'est que ces disciplines sont encore largement associées à l'intégration des arts à l'architecture et à la décoration. Malheureusement, il ne nous a pas été possible de recueillir d'informations sur ce marché. L'absence de la sculpture et des arts textiles des galeries d'art serait liée à la fois aux problèmes particuliers d'entreposage de ces objets et au manque d'intérêt du public. La faiblesse du marché local d'art inuit pourrait d'ailleurs être partiellement associée à la méconnaissance de la sculpture au Québec et ce,en dépit d'une présence accrue d'oeuvres tridimensionnelles sur nos places publiques grâce au programme du 1% qui accorde une place importante aux oeuvres de cette discipline. Le problème de la mise en marché de la sculpture au Québec est un problème sérieux qui exigerait une étude beaucoup plus poussée.

Nous avons exclu l'analyse du marché de la performance de cette étude. En effet, il nous a paru que ce marché s'apparente davantage à celui des arts du spectacle. D'une part, la performance est fréquemment multidisciplinaire et fait partiellement appel à des disciplines des arts du spectacle. D'autre part, ce ne sont pas des objets qui sont transigés sur le marché de la performance, mais la présence, la participation à un événement-spectacle dont

la durée est limitée dans le temps. Enfin, les artistes de la performance eux-mêmes s'associent de plus en plus au marché des arts du spectacle, leur carrière débouchant parfois du côté du monde du spectacle. Aussi, il nous paraît préférable de confier à des spécialistes de marché des arts du spectacle l'étude de ce marché qui pourrait connaître des développements importants au cours des prochaines années.

Art québécois et art étranger sur le marché

Nous l'avons vu, nos amateurs d'art préfèrent de loin les oeuvres de nos artistes. L'art étranger est rare sur le marché de l'art traditionnel et il a été presque évincé du marché de l'art commercial et du chromo au début des années '80. De plus, une partie de la clientèle pour cet art est elle-même étrangère. C'est le cas aussi bien en galeries qu'en salles de ventes. Quant au marché de l'art contemporain, il ne lui fait pas une place beaucoup plus grande[16]. C'est surtout sur le marché de l'estampe qu'on trouve des oeuvres d'artistes étrangers, prédominantes sur ce marché. Quant au marché des arts ethniques, il est à ce point dominé par l'art de nos inuits que nous avons négligé de lui consacrer un chapitre dans notre étude. Toute politique protectionniste serait donc actuellement inutile, voire même néfaste, sauf peut-être dans le domaine de l'estampe.

---

16 Voir tableau 13.

Quant à l'art du reste du Canada, s'il occupe une place importante sur le marché de l'art traditionnel, en raison de la prépondérance du Groupe des Sept sur ce marché, il est peu présent sur le marché de l'art contemporain, à peine plus que l'art étranger[17]. Par ailleurs, notre marché d'art commercial et de chromos est devenu un marché d'exportation fort actif et peu réceptif à ce qui vient d'ailleurs. Il n'en est cependant pas de même pour l'art inuit. L'art des artistes du reste du Canada y occupe en effet une place dominante. Ainsi, 75% des oeuvres d'art inuit vendues par la Guilde canadienne d'artisanat proviennent de l'extérieur du Québec. La même situation prévaut dans deux autres galeries importantes de Montréal.

Le marché de l'art et les régions

Nous avons vu que le marché de l'art commercial était largement concentré entre les mains d'une dizaine d'agents-distributeurs montréalais et qu'il était devenu très difficile de faire une carrière régionale pour un artiste commercial. On ne peut donc guère parler d'un marché régional de l'art commercial pas plus que d'un art commercial régional et cela même pour le marché de l'art destiné aux touristes, puisque les auteurs de ces oeuvres ne vivent pas nécessairement dans les régions qu'ils représentent.

---

17 Voir tableau 13.

Même si les marchés de l'art contemporain et de l'art traditionnel sont beaucoup moins structurés, il est également presque impossible d'y faire carrière sans exposer dans les grands centres. Le marché en région étant dominé par l'art commercial, il n'y a guère de lieu d'exposition permanent pour les artistes des régions,si ce n'est des galeries parallèles souvent mal organisées et peu préoccupées de mise en marché ou même de vente. Au dernier Salon des Galeries d'art, il était impossible d'obtenir une liste des prix des oeuvres exposées dans deux de ces galeries. Par ailleurs, les acheteurs sérieux qui désormais pensent "investissement" lorsqu'ils achètent des oeuvres d'art, hésitent à miser sur un artiste local qui n'est pas actif à l'extérieur de sa région et dont la carrière apparaît alors comme un cul-de-sac. Ils préfèrent généralement profiter de voyages à Québec, à Montréal ou à Toronto pour acheter des oeuvres d'art. Beaucoup de collectionneurs de la ville de Québec ont d'ailleurs la même attitude,ce qui pourrait expliquer la taille limitée du marché de l'art et particulièrement du marché de l'art contemporain dans la capitale,alors que plusieurs des jeunes artistes les plus prometteurs sur le marché de l'art contemporain montréalais vivent à Québec. Le seul marché régional important pour les artistes des régions est donc actuellement celui des commandes publiques. S'ils veulent poursuivre une carrière artistique, ils doivent donc se faire un nom dans les grands centres. Cela n'implique pas nécessairement une migration, mais des déplacements fréquents et des relations étroites avec des marchands de ces grands centres. En effet, il n'est plus nécessaire de s'exiler pour s'imposer sur le marché national et même international. On connaît quelques cas d'artistes canadiens qui dominent

actuellement la scène artistique nationale à partir de coins perdus des Maritimes ou des Prairies.

Les différents vendeurs sur le marché

Les galeries

On a souvent tendance à confondre le marché de l'art et le marché en galerie. S'il n'y a pas identité parfaite entre les deux, si les marchés ont connu un essor considérable au cours de la dernière décennie, les galeries occupent de loin la plus grande place sur le marché. Sur le marché québécois, 68,3 à 71%[18] des transactions s'opèrent encore en galerie. C'est un marché annuel de 31 700 000$ à 43 450 000$[19]. C'est sur les marchés de l'art traditionnel et moderne et de l'art commercial que les galeries jouent le rôle le plus important, accaparant respectivement 72,8 à 73,2% et 77,9 à 78,4%[20] du volume des transactions. La faible part du marché de l'art contemporain s'explique comme nous l'avons vu par la quasi-absence dans les galeries des institutions, qui sont de loin les plus importants acheteurs sur ce marché. Enfin, l'art inuit est peu présent dans les galeries québécoises et ne représente que 2,1 à 2,2% de leur volume annuel de transactions.

---

18 Voir tableaux 6 et 7.

19 Voir tableau 1.

20 Voir tableaux 6, 10 et 11.

Les salles de ventes

Malgré la visibilité des ventes aux enchères et la publicité qui les entourent, les salles de ventes québécoises n'ont qu'un volume de transactions annuel de 2 100 000$ à 2 500 000$. C'est peu par rapport au marché de l'art québécois, à peine 4,1 à 4,5% du marché[21]. C'est peu par rapport aux chiffres d'affaires des grandes maisons torontoises. Même dans le creux de la récession, le montant d'une seule vente dépassait 1 700 000$ chez Sotheby. Ce marché conservateur est évidemment dominé par l'art traditionnel et l'art moderne qui prennent entre 70 et 71,4% du marché[22]. Si l'art commercial ne prend que 23,8 à 24% du marché, il occupe une grande partie des cimaises de nos salles de ventes. Car, les croûtes abondent chez nos encanteurs, même les plus sérieux, et les meilleures pièces des collections québécoises sont fréquemment offertes aux encanteurs torontois qui, croit-on, ont une meilleure chance d'obtenir un prix élevé.

Les marchés parallèles

On estime généralement que plus de 25% des transactions sur le marché de l'art ont lieu à l'extérieur des galeries d'art et des salles de ventes. Ce marché parallèle difficilement cernable recouvre tous genres de transactions, aussi bien les commandes publiques et privées et les ventes en ateliers réalisées par les

---

21 Voir tableaux 1, 6 et 7

22 Voir tableaux 2 et 5

artistes avec ou sans l'intermédiaire d'agents que celles auxquelles peuvent donner lieu une exposition dans un centre culturel ou une galerie parallèle, le négoce des courtiers comme les "échanges" entre collectionneurs. Enfin, bien qu'il ait un caractère beaucoup plus officiel, nous avons également inclus dans cette catégorie fourre-tout les activités d'exportation des grossistes dont la Fédération des coopératives du Nouveau-Québec.

Il est difficile d'évaluer le nombre d'entreprises de courtage en oeuvres d'art puisqu'aux courtiers engagés à plein temps dans ce commerce, il faudrait ajouter les nombreuses femmes de professionnels qui s'adonnent occasionnellement à cette activité dans leur salon ou leur sous-sol, de même que tous les collectionneurs-spéculateurs, du chanteur populaire au médecin et au jeune cadre qui, sous la récente poussée inflationniste du marché de l'art, ont trouvé dans le commerce de l'art un moyen d'arrondir leurs fins de mois. Avec la récession, ces derniers ont cependant ralenti, si ce n'est abandonné ces activités professionnelles complémentaires. On estime qu'il y aurait actuellement entre 20 et 30 courtiers professionnels au Québec. Le courtier véritable ne défend ni une école, ni un artiste. Il tente simplement de répondre à la demande de ses clients. Il pourra aussi bien leur fournir une pièce ancienne de grande valeur qu'une oeuvre d'un jeune artiste de la dernière avant-garde. Le courtier s'approvisionne aussi bien dans les ateliers et chez les collectionneurs que dans les galeries. Généralement, il se constitue un réseau de galeries offrant un éventail d'oeuvres de différentes disciplines et de différentes écoles et avec lesquelles il travaille

régulièrement. Les pièces sont empruntées pour les présentations aux clients. Parfois, les galeries consentent des prêts à plus long terme. La commission est partagée entre les intermédiaires. Même si elle réduit considérablement leur marge de profit, les galeries acceptent généralement cette collaboration qui leur amène une clientèle qu'elles n'auraient pas autrement. Car les courtiers s'adressent surtout à une clientèle d'hommes d'affaires et de professionnels qui n'ont guère le temps de faire la tournée des galeries. Ces hommes d'affaires, ces professionnels achètent à la fois pour leur collection personnelle et pour celle de leur entreprise. Car les corporations représentent jusqu'à 50% de la clientèle des courtiers. Il est difficile d'établir la part exacte des courtiers sur le marché, mais il est certain qu'ils dominent largement le marché parallèle.

La profession d'agent d'artiste s'est rapidement développée au cours des années soixante-dix. Plusieurs agents cumulant à la fois la fonction d'agent et de courtier. Avec la crise, plusieurs sont disparus du marché. Si la profession est aujourd'hui bien implantée sur les marchés de l'art commercial et de l'art traditionnel, elle a plus de difficulté à se faire reconnaître sur le marché de l'art contemporain. La marge de manoeuvre, au point de vue financier y est beaucoup plus limitée, ce qui interdit le partage des profits. Comme les courtiers, les agents travaillent surtout dans le milieu des corporations, certains cumulant d'ailleurs les fonctions d'agent et de conseiller de collection, ce qui n'est pas sans poser de sérieux problèmes de conflit d'intérêts.

Il est difficile d'estimer l'importance du marché en atelier. Mais la plupart des artistes vendent occasionnellement à leur atelier, ne serait-ce qu'aux collections des gouvernements et des musées. Aussi, doit-on considérer comme très conservateurs, les chiffres que nous proposons. L'absence de fidélité des artistes aux galeries s'explique à la fois par l'attitude de méfiance des artistes à l'égard des marchands qui prévaut largement dans le milieu, par le manque de dynamisme des galeries dans leur mise en marché et par leur peu d'implication à l'égard de la carrière de leurs artistes. Il est souvent compliqué pour un journaliste d'obtenir d'une galerie une documentation à jour sur ses artistes. Rares sont les galeries québécoises qui achètent en totalité ou même en partie la production des artistes qu'elles sont censées défendre. Bien plus, rares sont celles qui assument entièrement les frais d'une exposition particulière. Pourtant, comme on le verra plus loin, on ne connaît guère au XXème siècle de cas d'artistes qui se sont imposés sur le marché comme dans les musées sans passer par le système des galeries commerciales. Les artistes en sont conscients et la plupart sont prêts à jouer le jeu, au moins partiellement.

Art québécois et exportation

Art traditionnel et moderne

Le marché de l'art traditionnel et moderne est largement un marché d'exportation hors Québec. Du moins pour les galeries et les courtiers les plus importants. En effet, c'est au Québec qu'on trouve les plus anciennes collections d'objets d'art au Canada, de même qu'un nombre important d'artistes modernes majeurs des années trente et quarante. C'est donc surtout ici que les marchands des autres provinces et particulièrement de l'ouest du pays s'approvisionnent en oeuvres canadiennes du XIXème siècle et de la première moitié du XXème siècle, pièces qui sont fort convoitées des nouveaux collectionneurs de cette région. Généralement, ils passent par l'intermédiaire de leurs confrères québécois, marchands et courtiers. L'importance de l'exportation sur ce marché est donc moins attribuable au dynamisme des vendeurs, les marchands québécois, qu'à l'initiative de ceux de l'ouest canadien. Ce fut du moins le cas durant le boom pétrolier de la fin des années '70. L'activité de ces acheteurs sur le marché montréalais a d'ailleurs largement contribué aux poussées inflationnistes du tournant des années '80. L'importance de la demande pour ces pièces dans l'ouest, leur rareté et la capacité de payer des acheteurs de cette région, ont rendu le marché d'exportation particulièrement intéressant pour les vendeurs québécois.

Cependant, il est peu probable que les oeuvres de ces artistes puissent, à l'instar de celles des peintres américains du tournant du siècle, un jour passer au marché international. Les artistes de ces générations sont généralement restés à la remorque des grands courants européens, leurs prix sont devenus beaucoup trop élevés pour intéresser les spéculateurs de l'extérieur du pays et surtout, nous n'avons pas la puissance économique nécessaire pour les imposer, comme les Américains l'ont fait récemment pour les Chase, Sargent, Hassam, Cassatt, Prendergast et O'Keefe... L'inflation galopante sur le marché canadien des superstars de l'art du début du siècle aura été de courte durée et après des sommets atteints en '80, '81, on a dû rapidement revenir à des prix plus réalistes. Aussi, il serait inutile d'investir dans la mise en marché de cet art à l'échelle internationale, surtout lorsque les cotes ont déjà atteint des plafonds sur le marché national.

Art contemporain

La même remarque s'impose à propos de la plupart de nos vedettes de l'art contemporain et, à cet égard, il nous faut encore une fois regretter l'irréalisme d'un trop grand nombre de nos artistes jeunes et moins jeunes, irréalisme trop souvent entretenu par l'absence de critique à l'égard des prix des jurys d'acquisition des collections publiques. Le talent, l'originalité, pourraient permettre à plusieurs d'entre eux de se faire une place sur les marchés extérieurs, ne serait-ce le niveau élevé de leurs prix qui les confine au marché national, si ce n'est au marché local. "Comment américains et européens accepteraient-ils de payer des 2 000$, 5 000$ et même 10 000$ pour des oeuvres d'artistes dont

le marché en galerie se réduit essentiellement à ceux de Montréal ou, au plus, de Toronto, quand ce n'est pas à ceux des institutions fédérales et provinciales alors que les prix de celles d'artistes déjà bien établis sur leur marché et dans leurs institutions ne dépassent guère les 2 800$US?" C'est la réflexion amère que nous faisait récemment un directeur de galerie de retour d'un voyage d'affaires aux Etats-Unis. L'analyse de nos données concernant les prix et les carrières des artistes représentés sur le marché de l'art québécois confirme cette observation: 58,3% des artistes dont les plus petites pièces ou les pièces de formats moyens se vendent entre 2 000$ et 4 999$ n'exposent que sur le marché québécois. Bien plus, c'est également le cas pour 35,3% de ceux dont le prix pour les oeuvres de ces formats se situe entre 5 000$ et 9 999$ et même pour 14,3% de ceux dont le prix pour des formats moyens atteint 10 000$. Cet irréalisme semble plus marqué sur le marché de l'art contemporain alors que la demande y est beaucoup plus faible, comme nous l'avons vu précédemment. Pas étonnant alors que seulement 5,6% de nos artistes exposent dans des galeries étrangères et encore, plusieurs d'entre eux vivent en permanence à l'extérieur du Québec. Est-ce à dire qu'il faille renoncer à diffuser notre art contemporain à l'étranger? Heureusement, on trouve encore des oeuvres de nos artistes, jeunes et moins jeunes, à des prix raisonnables et qui pourraient être compétitives sur les marchés étrangers. Dans cette perspective, le facteur prix devrait être aussi déterminant que la qualité, l'originalité et l'innovation, dans l'évaluation des projets d'exportation de l'art québécois.

On trouve d'ailleurs quelques exemples de diffusion internationale parmi nos artistes dont le cas le plus célèbre est évidemment celui de Riopelle qui n'a d'ailleurs bénéficié d'aucune aide gouvernementale. Mais Riopelle n'est pas le seul à vendre ses oeuvres à l'étranger; quelques artistes qui oeuvrent dans le domaine de l'art monumental et de l'intégration de l'art à l'architecture, lissiers, sculpteurs, muralistes, ont réussi à se tailler une place sur ces marchés à l'étranger. A titre d'exemple, mentionnons Jordi Bonet, Mariette Rousseau-Vermette, Micheline Beauchemin et, plus récemment, Marcelle Ferron. C'est malheureusement un marché que nous n'avons pas eu le temps d'analyser et qui mériterait une étude plus poussée.

A première vue, l'implantation sur les marchés étrangers en galeries semble beaucoup plus ardue. Par le passé, les quelques tentatives d'échanges entre galeries québécoises et françaises ont échoué. Depuis la crise des années soixante, le marché de l'art français n'est plus qu'un marché national comme les autres et la conjoncture économique actuelle ne contribue guère à modifier cette situation. Il faudrait donc éviter ici tout sentimentalisme. Les arts visuels ne connaissent pas de frontières linguistiques et il serait injustifiable de privilégier les pays francophones dans une politique d'échanges en arts visuels. Seuls des facteurs tels que la taille du marché, le niveau des prix, et son ouverture potentielle à une oeuvre artistique donnée, compte tenu des esthétiques dominantes, doivent intervenir dans l'évaluation des projets d'exportation de l'art contemporain québécois.

On doit par ailleurs considérer qu'il n'existe pas qu'un seul marché de l'art international, celui du vedettariat des grandes métropoles, et que conséquemment, il est possible d'exporter à d'autres niveaux à la condition que les prix soient réalistes, la mise en marché efficace et évidemment les oeuvres assez fortes pour concurrencer l'art local. Plusieurs galeries d'art contemporain élaborent actuellement des projets de diffusion des oeuvres de leurs artistes au Canada et à l'étranger. Il est à souhaiter qu'ils puissent disposer des moyens financiers, des techniques de marketing et surtout du temps nécessaires à la réalisation de ces entreprises.

Mais, avant de passer aux marchés extérieurs, encore faudrait-il que nos artistes s'imposent davantage sur le marché national où ils sont déjà introduits par le biais des activités et des collections des institutions fédérales, des musées et des corporations. Or, les artistes québécois sont encore peu présents sur le marché de l'art canadien. Seulement, 14,2% des artistes québécois qui exposent dans les galeries du Québec sont représentés sur le marché du reste du Canada et peu de galeries semblent avoir établi ou chercher à établir des relations d'échanges avec des galeries du reste du pays, à l'exception des galeries membres de PADAC, du moins dans le circuit des galeries commerciales. En effet, les quelques galeries d'art contemporain qui ont des liens avec des galeries de l'extérieur du Québec semblent avoir privilégié le circuit des galeries parallèles qui est peu susceptible, de par sa marginalité, de diffuser efficacement les oeuvres de nos artistes à l'extérieur du Québec et d'étendre leur marché.

Jusqu'à maintenant, les galeries québécoises d'art contemporain ont ignoré une association comme PADAC, considérant peut-être qu'elle regroupait essentiellement des galeries d'art traditionnel. Si c'est le cas au Québec, il n'en est pas de même pour le reste du pays. Aussi, serait-il souhaitable que les galeries québéoises et particulièrement les galeries d'art contemporain s'impliquent davantage dans l'association professionnelle des galeries d'art du Canada où elles sont nettement sous-représentées. Ce serait pour elles un moyen efficace non seulement d'établir des relations d'affaires à la fois à l'intérieur du pays, mais aussi sur les marchés extérieurs, puisque PADAC est rattachée à l'Association internationale des marchands d'oeuvres d'art. On souhaiterait enfin, retrouver sur le marché de l'art contemporain le dynamisme, l'obstination et les moyens financiers qui ont permis aux distributeurs québécois d'art commercial d'imposer leurs artistes sur le marché national. Malgré l'accessibilité des oeuvres commerciales, ils ont dû revenir à la charge pendant cinq ans avant de pénétrer dans les galeries de l'ouest du pays. Pour l'art contemporain dont la mise en marché est encore plus longue sur un marché conservateur comme le marché canadien, cela implique des investissements à beaucoup plus long terme, de l'ordre de 10 ans, qu'une galerie seule pourrait difficilement financer. Le soutien de l'Etat s'impose donc pour stimuler la diffusion sur le marché canadien comme sur les marchés extérieurs. Il devra tenir compte des conditions particulières de mise en marché de l'art contemporain et se traduire par une aide à long terme et non par des subventions occasionnelles qui seraient à toutes fins pratiques inutiles.

Le marché québécois de l'art et ses clientèles

Les amateurs d'art sur le marché québécois de l'art

Il y aurait actuellement au Québec 50 000 personnes qui achètent plus ou moins régulièrement dans une perspective de décoration, de spéculation ou de collection. Parmi elles, on compterait au plus 11 000 amateurs plus sérieux qui prévoient un poste "oeuvre d'art" à leur budget familial et achètent au moins une oeuvre d'art par année. Les collectionneurs se retrouvent surtout parmi les amateurs d'art traditionnel, moderne ou contemporain, mais on en trouve également sur le marché de l'art commercial. Si les acheteurs occasionnels sont beaucoup plus nombreux, particulièrement sur le marché de l'art commercial, leur poids est cependant limité par leur budget qui est nettement inférieur à celui des collectionneurs. L'acheteur occasionnel achètera au plus pour 1 000$ à 2 000$ pendant un, deux ou trois ans, puis, une fois son décor complété, il ne reviendra plus sur le marché. Cela implique que le marchand doive constamment renouveler cette clientèle.

D'où l'importance de se constituer une clientèle de fidèles. Leur nombre peut varier d'une vingtaine d'amateurs, dans les galeries situées à l'extérieur des centres névralgiques du marché, à 5 000 dans certaines galeries d'art traditionnel bien établies, la moyenne pour l'ensemble des galeries s'établissant autour de 564 acheteurs. Le nombre moyen d'acheteurs par galerie est plus faible sur le marché de l'art contemporain, 246, que sur le marché de

l'art traditionnel et moderne, 902. Par ailleurs, sur le marché de l'art contemporain, ce sont les galeries d'estampes qui peuvent compter sur une clientèle moyenne beaucoup plus importante, 510 acheteurs par galerie[23]. Si ces moyennes reflètent assez bien la répartition de la clientèle des galeries d'art entre galeries d'art contemporain et galeries d'art traditionnel et moderne, il n'en est pas de même en ce qui concerne le rapport entre la clientèle pour les oeuvres graphiques et celle des oeuvres d'autres disciplines[24] qui est plus importante pour l'ensemble des galeries. Cela laisse supposer qu'il y aurait probablement davantage de recoupement entre les clientèles des différentes galeries et courtiers spécialisés dans l'estampe alors que les collectionneurs d'oeuvres uniques et particulièrement de peintures n'évolueraient guère à l'extérieur d'un circuit de deux, trois ou quatre galeries. Enfin, les amateurs d'art étranger seraient beaucoup moins nombreux que les amateurs d'art québécois et cela aussi bien pour l'art contemporain que pour l'art traditionnel, et ils se retrouveraient essentiellement sur le marché de l'estampe. Il faut cependant se rappeler une remarque antérieure à l'effet que les amateurs québécois d'art étranger préfèrent généralement acheter à l'étranger. Ce serait du moins le cas pour les pièces importantes. Il nous a été impossible de recueillir des informations sur la taille de cette clientèle et sur l'importance de ses achats. On peut cependant supposer qu'elle est essentiellement constituée des amateurs les plus fortunés dont les budgets d'acquisitions peuvent être très importants

23. Voir tableau 16.

24 Voir tableau 18.

et qui, de l'avis de plusieurs marchands, seraient presque absents du marché local. Au plus, les retrouverait-on occasionnellement sur le marché de l'art traditionnel et moderne.

En effet, la clientèle des galeries d'art serait surtout constituée de représentants des classes moyennes, professionnels et para-professionnels, cadres et chefs de petites et moyennes entreprises. Elle serait relativement jeune, entre 35 et 45 ans, selon les informations recueillies auprès des marchands, ce qui semble une augure favorable pour l'avenir. Rien ne distinguerait socialement et économiquement la clientèle des différents types de galeries, si ce n'est, comme nous l'avons déjà remarqué, une initiation familiale à l'art plus fréquente dans la clientèle des galeries d'art contemporain et ancien. Encore faudrait-il vérifier cette observation des directeurs de galeries d'art contemporain par une enquête auprès des clientèles. Car ici encore, une étude plus poussée s'impose qui rejoigne non seulement quelques grands collectionneurs, comme cela a déjà été fait, mais aussi les collectionneurs moyens plus actifs sur le marché local.

Selon les directeurs de galeries et les courtiers que nous avons interviewés, le collectionneur québécois moyen investirait entre 1 000$ et 5 000$ pour ses achats d'oeuvres d'art, son budget s'établissant autour du prix moyen de 2 500$. Ce sont les acheteurs d'art commercial et de chromos qui dépenseraient le moins avec un budget annuel moyen de 1 000$, alors que celui des amateurs d'art contemporain se fixerait autour de 2 500$ et celui des amateurs d'art traditionnel et moderne, autour de 5 000$, dont les achats

sont souvent considérés comme des placements. Cela représenterait une baisse importante par rapport au marché de 1979 et de 1980. De plus, depuis la crise de 1981-82, on constate une évolution dans le comportement économique des amateurs d'art particulièrement sur le marché de l'art contemporain et de l'art traditionnel. Alors qu'auparavant les acheteurs avaient tendance à acheter plusieurs petites pièces à des prix variant entre 500$ et 1 000$, ils préféreraient désormais investir une somme plus importante dans une ou deux pièces, somme qui pourrait même correspondre à la totalité de leur budget annuel d'acquisition. De plus, on s'intéresserait davantage aux pièces de plus grand format. Ce comportement s'affirmerait davantage sur les marchés de l'art traditionnel et moderne et sur celui de l'art contemporain. Cela ne signifie pas pour autant que les amateurs d'art québécois soient prêts à payer n'importe quel prix pour des oeuvres d'art même de grande qualité et de grand format. Selon la plupart des marchands avec lesquels nous avons discuté, la somme de 1 000$ représenterait un prix idéal pour les amateurs d'art québécois, le prix de 2 000$ étant un cap que peu d'entre eux oseraient franchir.Cela vaudrait autant pour le marché de l'art contemporain que sur le marché de l'art traditionnel et moderne. Quant au marché de l'art commercial, son prix plafond s'établirait autour de 500$. Si on considère que pour 12,8% des artistes dont nous avons analysé le profil de carrière, le prix moyen ou le prix plancher de leurs oeuvres dépasse les 2 000$ et que pour 28% d'entre eux, il dépasse les 1 000$, on comprend l'écart qui sépare l'offre de la demande sur le marché de l'art québécois. Cet écart

est d'autant plus important que, comme nous l'avons vu, c'est sur le marché de l'art contemporain où la demande et le budget des consommateurs sont lesplus faibles que les prix sont les plus élevés. La taille importante des oeuvres d'art contemporain contribue d'ailleurs à élever leur prix plancher.

Or, malgré la minceur relative de leurs budgets, les particuliers sont de loin les principaux clients de la plupart des galeries d'art québécoises. Les ventes aux collectionneurs privés représentent en moyenne 68% du chiffre d'affaires des galeries d'art contemporain et 73% des galeries d'art moderne et traditionnel. Si certaines galeries comptent davantage sur la clientèle institutionnelle et corporative, qui peut représenter jusqu'à 75% de leur clientèle en termes de volume, de transaction, la majorité des galeries d'art contemporain comme d'art traditionnel et moderne s'appuie largement, si ce n'est entièrement, sur une clientèle privée. Nous l'avons déjà mentionné, cette clientèle est mal préparée pour faire un choix judicieux sur un marché où les plus habiles marchands ne sont souvent pas ceux qui offrent les oeuvres de plus grande qualité artistique,ce qui explique la prédominance de l'art commercial et du chromo sur le marché. Son importance impose que l'Etat lui porte une attention particulière et qu'il soutienne son nouvel intérêt pour l'art en lui fournissant au moins les moyens nécessaires à l'amélioration de sa connaissance dans le domaine et à la formation de son jugement. Ces informations doivent être non seulement de nature esthétique, mais aussi économique, car la perspective d'investissement est rarement complètement absente de la démarche des nouveaux collectionneurs ce qui les met à la merci de promoteurs peu scrupuleux.

Les corporations sur le marché québécois de l'art

Presque absente du marché québécois de l'art jusqu'à la fin des années '60, les corporations y occupent désormais une place importante en tant qu'acheteurs. Leur désertion de la scène artistique entre l'automne '81 et le printemps '83, à la suite du budget MacEachen de novembre '81 et de la crise économique de 1981-82, avait fortement affecté le commerce des oeuvres d'art à travers tout le Québec. Leur retour sur la scène artistique, à l'automne '83, a été salué avec soulagement par la plupart des marchands et cela d'autant plus que le nombre des entreprises collectionneuses semble en voie de se multiplier au Québec. Il y aurait actuellement au Québec plus de 100 entreprises impliquées régulièrement dans la collection d'oeuvres d'art. À ce nombre, il faudrait ajouter les nombreuses entreprises qui occasionnellement acquièrent des oeuvres d'art pour des fins décoratives ou pour des dons et celles qui ont interrompu leurs activités de collection indéfiniment. Cependant, il y a encore beaucoup moins de collections d'entreprises au Québec qu'au Canada anglais où cette pratique est beaucoup plus développée. La clientèle corporative de nos galeries est essentiellement formée d'entreprises québécoises, les corporations du reste du pays préférant acheter dans leur région ou sur le marché de Toronto. C'est le cas du moins des corporations impliquées dans la collection d'art contemporain. Quant à celles qui s'intéressent à l'art ancien ou à l'art traditionnel et moderne, elles semblent s'approvisionner plus volontiers sur le marché de Montréal, surtout pour ce qui

est de l'art ancien. Notons enfin, qu'un nombre important de corporations ont recours aux services de consultants ou de courtiers pour leurs acquisitions d'oeuvres d'art, ces derniers servant d'intermédiaires entre la galerie et ses clients corporatifs. Les corporations représentent en moyenne 21,3% du chiffre d'affaires des galeries d'art contemporain et 25% des galeries d'art traditionnel et moderne. Ce pourcentage varie entre 10 et 40% pour les galeries d'art contemporain et entre 10 et 50% pour les galeries d'art traditionnel et moderne. Les budgets peuvent beaucoup varier d'une corporation à l'autre et même d'une année à l'autre, en fonction de la conjoncture économique. Ils peuvent être aussi bas que 3 000$ pour une petite corporation de province et aller jusqu'à 250 000$ dans les meilleures années pour les grandes entreprises nationales, la moyenne se situant autour de 50 000$. Ces budgets, qui peuvent paraître fort imposants, représentent tout au plus 0,25% du chiffre d'affaires des entreprises. Comme les institutions, les corporations acceptent généralement de payer un prix plus élevé pour des oeuvres d'art que les particuliers, le prix plafond moyen s'établissant autour de 4 000$ pour des oeuvres d'art contemporain et de 10 000$ pour les oeuvres d'art traditionnel et moderne. A l'occasion, certaines grandes corporations pourront payer jusqu'à 75 000$ pour une oeuvre majeure. Cependant, avec la crise récente, les corporations hésitent davantage à s'impliquer dans des dépenses aussi importantes, même si elles peuvent s'avérer très rentables au niveau du prestige qu'apporte à l'entreprise la propriété d'une pièce "digne d'un musée".

Les collections les plus connues du public sont les collections d'art contemporain où domine l'art abstrait qui a l'avantage d'être neutre du point de vue du sujet et de présenter une image de modernisme et de dynamisme. C'est le type de collection pour lequel optent souvent les industries, les banques, les pétrolières. Par ailleurs, plusieurs entreprises préfèrent offrir une image plus sécurisante à leur clientèle et optent pour un art plus traditionnel. C'est le cas des petites et moyennes entreprises. Le paysage à forte connotation nationaliste domine généralement ces collections. Signalons cependant une ouverture récente de ces collections aux esthétiques contemporaines et particulièrement à l'abstraction lyrique.

Bien avant le budget MacEachen les corporations québécoises achetaient essentiellement de l'art canadien. Si les corporations dont les activités sont concentrées au Québec privilégient nettement l'art québécois, celles dont les activités s'étendent à l'échelle du pays tentent de refléter leur dimension nationale à l'intérieur de leur collection. La proportion de l'art québécois correspond généralement à la part de leurs activités au Québec ou à la représentation des Québécois dans la population canadienne. Ainsi, on trouve 30% d'art québécois dans les collections d'Air Canada, de Téléglobe, d'Alcan et de la Banque Royale. Dans le cas d'entreprises francophones plus fortement implantées au Québec que dans le reste du pays, la proportion d'art québécois peut être beaucoup plus importante. C'est le cas de Lavallin et de la Banque nationale. Notons que les achats d'oeuvres d'artistes des autres provinces se font fréquemment à l'extérieur du Québec. Il ne nous a pas été possible de faire une analyse systématique des

collections des autres corporations canadiennes et de leurs politiques d'acquisitions. Cependant, l'examen sommaire des curricula vitae nous montre que les artistes québécois qui sont représentés dans les collections d'entreprises des autres provinces, sont généralement ceux qui exposent ou ont exposé dans des galeries commerciales, à l'extérieur du Québec.

Si les corporations achètent plutôt de l'art canadien, elles n'achètent pas nécessairement des oeuvres d'artistes vivants. Il est plus prestigieux pour un président ou un vice-président d'entreprise d'avoir sur ses murs un Clarence Gagnon, un Marc-Aurèle Fortin ou un A.Y. Jackson qu'une oeuvre d'un jeune artiste. Même une entreprise comme Lavallin, dont un des objectifs premiers de collection était le soutien à la production artistique contemporaine, recherche maintenant des pièces majeures dans les collections privées et tente de compléter sa collection par des oeuvres d'artistes décédés. S'il paraît souhaitable que les entreprises soutiennent davantage les artistes vivants dans leurs politiques d'acquisitions, il faudrait être très prudent dans l'élaboration de toute mesure visant à modifier le comportement des entreprises collectionneuses. Toute intrusion de l'Etat dans ce domaine est délicate et risque de détourner les entreprises de la collection d'oeuvres d'art comme on a pu le constater à l'occasion du budget MacEachen. Toute modification des règles du jeu devrait se faire après consultation des différents acteurs sur le marché de l'art, y compris les acheteurs.

La peinture occupe une place importante dans les collections d'entreprises. Cependant, ces collections sont largement ouvertes à l'estampe qui, à cause de ses prix généralement très bas, permet de décorer à bon compte un grand nombre de locaux. On réserve généralement les peintures pour les halls d'entrée, les salles de conférences et les bureaux des cadres supérieurs, les corridors et les autres bureaux étant décorés avec des estampes ou des dessins. Parfois une tapisserie viendra "réchauffer l'atmosphère" d'un grand hall d'entrée ou d'une salle de conférence. Les sculptures sont aussi rares dans les collections des entreprises que dans celles des particuliers. Lavallin, qui leur fait une place plus importante et va même jusqu'à commander des sculptures monumentales, est une exception. Notons enfin qu'un nombre encore trop grand d'entreprises préfèrent recourir à des reproductions, le plus souvent importées, pour la décoration de leurs locaux.

Les institutions et le marché québécois de l'art

Nous avons vu que la plupart des marchands déplorent la faible présence des institutions dans les galeries d'art. En effet, jusqu'à maintenant, c'est surtout par des commandes publiques, programme d'intégration des arts à l'environnement, commande d'oeuvres d'art pour le métro que le gouvernement québécois s'est manifesté sur le marché de l'art en tant qu'acheteur. Par ailleurs, les responsables des collections publiques, collections des musées d'Etat et collections de prêt, ont eu tendance à acheter dans les ateliers sans passer par l'intermédiaire des galeries. Ce serait

du moins le cas pour leurs achats d'oeuvres d'artistes contemporains. Il en serait de même pour les institutions fédérales, Galerie nationale, Parcs Canada et Banque d'oeuvres d'art du Canada, sur lesquelles nous n'avons malheureusement pas pu recueillir de données précises quant aux acquisitions d'art québécois. Malgré tout, c'est dans le circuit des galeries d'art contemporain où les institutions sont les plus présentes alors que les achats des institutions représenteraient en moyenne 8,9% des transactions de ces galeries. Notons cependant qu'il y a des écarts fort importants entre les galeries: pour quatre galeries montréalaises d'art contemporain, les achats de la clientèle institutionnelle représentent 33 1/3% de leur chiffre d'affaires alors que neuf autres n'ont jamais vendu à une institution. La situation est quelque peu différente sur le marché de l'art traditionnel et moderne où les achats des institutions ne dépassent guère 5% du chiffre d'affaires, la moyenne se situant autour de 1,5%. En effet, neuf de ces galeries déclarent avoir occasionnellement vendu à des institutions. Soulignons cependant que ces galeries ne précisent pas si ces ventes ont été effectuées auprès d'institutions québécoises ou canadiennes. Compte tenu de nos observations précédentes sur les ventes à l'extérieur du Québec des différents types de galeries d'art, on peut présumer que les ventes aux institutions nationales et des autres provinces sont plus importantes pour les marchands d'art traditionnel et moderne, que pour les marchands d'art contemporain et cela malgré l'importance du budget de la Banque d'oeuvres d'art du Canada.

Les rapports annuels des musées et organismes gouvernementaux québécois ne nous permettaient pas de vérifier le montant de leurs acquisitions en galeries et conséquemment d'évaluer leur impact sur le marché. Certes l'Etat québécois est de loin le plus important acheteur d'oeuvres d'art sur le marché québécois. Si on ajoute au budget moyen de 300 000$ de la Collection de Prêt[25], les 368 948,40$ que représentent le budget annuel moyen d'acquisition des musées d'Etat pour les cinq dernières années, on atteint 668 948,40$. A cette somme, il faudrait additionner les budgets d'acquisition des Musées privés et particulièrement celui du Musée des Beaux-arts de Montréal[26], et les quelques 15 000$ des collections des municipalités pour obtenir un budget institutionnel de plus de 943 646,15$. C'est peu si on compare ce montant à l'ensemble du marché de l'art, cela devient plus important si on considère que ces acquisitions se font majoritairement sur un marché, celui de l'art contemporain. En effet, 51,8% du budget annuel moyen des musées d'Etat pour les cinq dernières années, soit 190 310,60$, a été consacré à l'acquisition d'oeuvres d'art contemporain et la Collection de Prêt est essentiellement une collection d'art contemporain. Si on ajoute à ce montant le budget moyen d'acquisition d'oeuvres d'art contemporain du Musée des Beaux-arts de Montréal (172 772,50$) et les budgets des collections des municipalités où l'art contemporain prédomine, on atteint

---

25 Le budget de 440 000$ de 1983 était exceptionnel. Il était dû à un retard d'application du programme.

26 Les données que nous avons obtenues sur les budgets d'acquisition d'art ancien et moderne du Musée des Beaux-arts de Montréal, entre 1940 et 1983, sont incomplètes.

un budget annuel moyen de 640 870$ pour le marché institutionnel québécois; cela représente entre 14,2% et 16,6% du marché québécois d'objets d'art contemporain mobiles[27]. Dans l'hypothèse où la majorité ou du moins une partie importante des achats d'art contemporain des institutions se ferait en galeries et non plus en ateliers, ces institutions pourraient jouer un rôle capital sur le marché, et cela d'autant plus qu'il y aurait une plus grande répartition des achats entre les galeries. Ce serait du moins le cas pour le marché de l'art québécois, car nos institutions publiques achètent peu d'oeuvres d'artistes de l'extérieur du Québec. Le budget annuel moyen d'acquisition d'art étranger du Musée d'art contemporain ne représente que 23% du budget moyen d'acquisition d'art contemporain des musées d'Etat québécois et seulement 12,7% de leur budget global annuel moyen. La part de l'art du reste du Canada est encore plus faible, 1,38% du budget annuel moyen d'acquisition d'oeuvres d'art contemporain de ces musées et 0,7% de leur budget global moyen, toujours pour les cinq dernières années. La Collection de Prêt est uniquement composée d'oeuvres d'artistes vivants résidant au Québec. La situation est différente au Musée des Beaux-arts de Montréal où seulement 47,9% des budgets d'acquisition d'art contemporain des quatre dernières années ont été consacrés à l'achat d'oeuvres d'artistes québécois. Là aussi, l'art du reste du Canada qui est plus présent sur notre marché, est nettement sous-représenté avec seulement 5,02% du budget d'acquisition d'art contemporain.

---

27 Nous excluons ici les budgets moyens de commandes publiques d'oeuvres monumentales et intégrées.

Par ailleurs, dans l'hypothèse où tous leurs achats d'oeuvres d'art traditionnel et moderne se feraient par l'intermédiaire de galeries québécoises, l'impact des institutions québécoises sur ce marché serait relativement faible. En effet, le budget moyen annuel d'acquisition des musées d'Etat pour les oeuvres anciennes et modernes atteint à peine 178 637,80$ pour un marché de 17 750 000$ à 20 500 000$ pour la période allant de 1979 à 1983. Ce budget se compare à peine à celui de quelques grandes corporations collectionneuses qui achètent sur le même marché et convoitent souvent les mêmes pièces que les musées. Il ne représente que 0,87% à 1% de l'ensemble du marché de l'art traditionnel et moderne au Québec. Quant au Musée des Beaux-arts, l'art canadien ancien et canadien moderne ne représenteraient qu'une faible proportion de ses budgets d'acquisition[28]. Il semble que les achats d'art ancien international se fassent généralement à l'extérieur du marché québécois comme d'ailleurs les achats d'art contemporain international. L'action de nos institutions sur notre marché de l'art traditionnel et moderne ne saurait donc se comparer à celle des institutions américaines dont les budgets sont beaucoup plus importants.

Le marché et l'aide de l'Etat

Prenant conscience de l'importance du marché de l'art pour le développement et l'épanouissement de la culture dans le domaine des arts visuels, le ministère des Affaires culturelles a créé

---

28 Voir note 27.

depuis deux ans un programme d'aide aux galeries commerciales. Ce programme permet de financer des activités spéciales des galeries d'art, expositions, participations à des foires et salons, publication de matériel promotionnel tel que des catalogues. Bien que modeste, le budget d'abord fixé à 60 316$ en 1982-83, atteignant 100 700$ en 1983-84, est fortement apprécié des galeries qui en ont bénéficié. Il leur permet, disent-elles, d'investir dans des projets qui autrement représenteraient des risques financiers très importants. Si on considère les coûts d'opération des galeries d'art, cette aide est encore bien faible et ne permet guère de se lancer dans les importantes opérations de marketing qui seraient nécessaires à la consolidation de marchés intérieurs et à l'implantation de l'art québécois contemporain sur les marchés extérieurs. En deux ans, la majorité des galeries subventionnées n'ont guère reçu plus de 2 000$, le montant global des subventions des galeries les plus favorisées dépassant à peine les 10 000$. Or, il en coûte en moyenne 4 000$ pour organiser une seule exposition; la publication d'un catalogue de qualité selon les normes internationales peut facilement s'élever à 15 000$ et on ne peut guère songer à participer décemment à une foire artistique internationale sans investir de 5 000$ à 10 000$. Il n'est donc pas étonnant que quelques-unes des galeries subventionnées aient depuis fermé leurs portes,ce qui diminue d'autant les chances de rentabilité du programme puisque la mise en marché de l'art est une opération à très long terme. A cet égard, il serait plus prudent de s'assurer de la viabilité d'une galerie d'art ou d'un projet avant de lui accorder une subvention.

Mais le ministère des Affaires culturelles n'est pas le seul à chercher à développer le marché de l'art québécois; il existe également des programmes d'aide aux expositions et à la promotion de l'art aux ministères des Affaires intergouvernementales et du Commerce extérieur. Les budgets de ces programmes varieraient beaucoup d'une année à l'autre. Pour l'année 1982-83, le ministère des Affaires intergouvernementales a consacré 29 312$ à la diffusion dans un cadre commercial de l'art québécois à l'extérieur de nos frontières. L'aide à des expositions dans des galeries étrangères a obtenu 19 987$,et 9 325$ ont été alloués au nouveau programme "Exploration et promotion".Ce montant est supérieur au budget de 17 500 $ consacré aux expositions dans les Délégations générales du Québec. Cela pourrait manifester une importante modification des politiques gouvernementales québécoises dans le domaine de l'aide aux arts visuels qui,pendant trop longtemps,ont ignoré la dimension commerciale de l'art et son importance culturelle.

De son côté, le ministère du Commerce extérieur peut, dans le cadre de son programme APEX,fournir une aide beaucoup plus substantielle aux galeries d'art qui tentent de diffuser les oeuvres de leurs artistes à l'extérieur du Québec. Comme pour les autres entreprises,cette aide peut atteindre jusqu'à 10 000$ pour un seul projet et couvrir 50% des frais plus un per diem de 125$ pour le personnel de la galerie. Elles peuvent recourir à ces subventions jusqu'à trois fois par année. Seules les galeries qui offrent certaines garanties de stabilité économique et de sérieux, sont admissibles à ce programme. Elles doivent avoir au moins un an d'existence, un chiffre d'affaires d'au moins 200 000$

et proposer un produit susceptible de rejoindre les marchés extérieurs. Notons que pour rendre le programme plus accessible aux galeries d'art, le chiffre d'affaires minimum a été abaissé à 200 000$. Malgré tout, ce critère exclutla très grande majorité des galeries d'art québécoises et particulièrement les galeries d'art contemporain. En effet, selon les informations qui nous ont été fournies, seulement quatre ou cinq d'entres elles seraient admissibles à ce programme. Si ce plancher était abaissé à 100 000$ ou même à 150 000$, un nombre beaucoup plus important de galeries d'art contemporain pourraient en bénéficier. Ces chiffres correspondent davantage à la réalité du marché de l'art contemporain québécois qui est celui qui a davantage besoin d'aide et qui est le plus susceptible d'être exportable. Ce critère explique peut-être que si peu de galeries aient eu recours à ce programme. En effet, jusqu'à ce jour seulement deux galeries en auraient bénéficié.

En cumulant le montant des aides des différents ministères à la mise en marché de l'art, on atteint une somme d'environ 150 000$ qui est encore inférieure à celle de 170 774$ qui regroupe les différentes formes d'aide à la diffusion dans des circuits non commerciaux, soit le montant de 153 274$ consacré aux activités des galeries parallèles dans le cadre du programme de l'aide à la promotion et à la diffusion des organismes à buts non lucratifs du ministère des Affaires culturelles et celui de 17 500$, du programme d'exposition dans les Délégations du Québec de Paris et de New York. Or, si des expositions en circuits non commerciaux peuvent être utiles à titre d'expérience en tout début de carrière,

elles ne peuvent guère contribuer à assurer aux artistes un revenu d'appoint et encore moins l'autosuffisance à laquelle nous visons, comme c'est le cas des expositions en galeries commerciales. Il serait donc souhaitable de tenir compte de cet objectif d'autosuffisance des artistes dans la répartition des budgets des programmes d'aide à la diffusion. On a déjà compris l'importance de la diffusion commerciale des produits culturels dans d'autres disciplines et dégagé des budgets qui permettent véritablement une percée de nos produits culturels sur les marchés intérieurs et extérieurs. Ainsi, le ministère des Affaires culturelles consacrait 646 900$ en 1982-83 et 600 900$ en 1983-84, à la promotion et à la vente de livres québécois. On est encore loin du compte dans le domaine des arts visuels où les besoins sont au moins aussi importants.

1 - ESTIMÉ DU VOLUME DES TRANSACTIONS SUR LE MARCHÉ QUÉBÉCOIS DE L'ART PAR GENRE D'OEUVRES D'ART ET PAR TYPE DE VENDEUR

Genres \ Vendeurs	Galeries	Courtiers, agents et artistes (ventes à l'atelier)	Encans	Total
Art contemporain (abstraction et nouvelle figuration	3 000 000$ à 3 500 000$	4 350 000$[1] à 4 750 000$	100 000$ à 150 000$	7 450 000$ à 8 400 000$
Figuration moderne et traditionnelle (XIX et XX siècles)	13 000 000$ à 15 000 000$	3 250 000$[2] à 3 750 000$	1 500 000$ à 1 750 000$	17 750 000$ à 20 500 000$
Art inuit (gravure et sculpture)	700 000$ à 950 000$	1 275 000$[3] à 1 500 000$	[4]	1 975 000$ à 2 450 000$
Chromos, arts décoratifs, art commercial	15 000 000$ à 24 000 000$	3 750 000$[4] à 6 000 000$	500 000$ à 600 000$	19 250 000$ à 30 600 000$
Total	31 700 000$ à 43 450 000$	12 625 000$ à 16 000 000$	2 100 000$ à 2 500 000$	46 425 000$ à 61 195 000$

1) Nous incluons ici les achats et commandes gouvernementaux effectués généralement auprès des artistes, estimés entre 3 450 000$ et 3 700 000$.

2) Estimé par les galeries et distributeurs à 25% du marché en galerie.

3) Artistes et grossistes dont la Fédération des coopératives du Nouveau-Québec.

4) L'art inuit représente une proportion infime de ce marché, la plupart des pièces offertes à la revente étant dirigées vers le marché de Toronto où sont organisées des ventes spécialisées pour cet art.

2 - REPARTITION DU MARCHÉ DE L'ART PAR GENRE, SELON LES TYPES DE VENDEUR

Genres \ Vendeurs	Galeries	Courtiers agents et artistes	Encans	Total
Art contemporain	8,0% à 9,5%	29,7%[1] à 34,5%	4,8% à 6,0%	13,7%[2] à 16,0%
Figuration moderne et traditionnelle (XIX et XX siècles)	34,5% à 41,0%	23,4% à 25,7%	70,0% à 71,4%	33,5% à 38,2%
Art inuit	2,1% à 2,2%	9,4%[3] à 10,1%	[4] -----	4,0% à 4,3%
Chromos et arts décoratifs, art commercial	47,3% à 55,2%	29,7% à 37,5%	23,8% à 24,0%	41,5% à 50,0%
Total	100%	100%	100%	100%

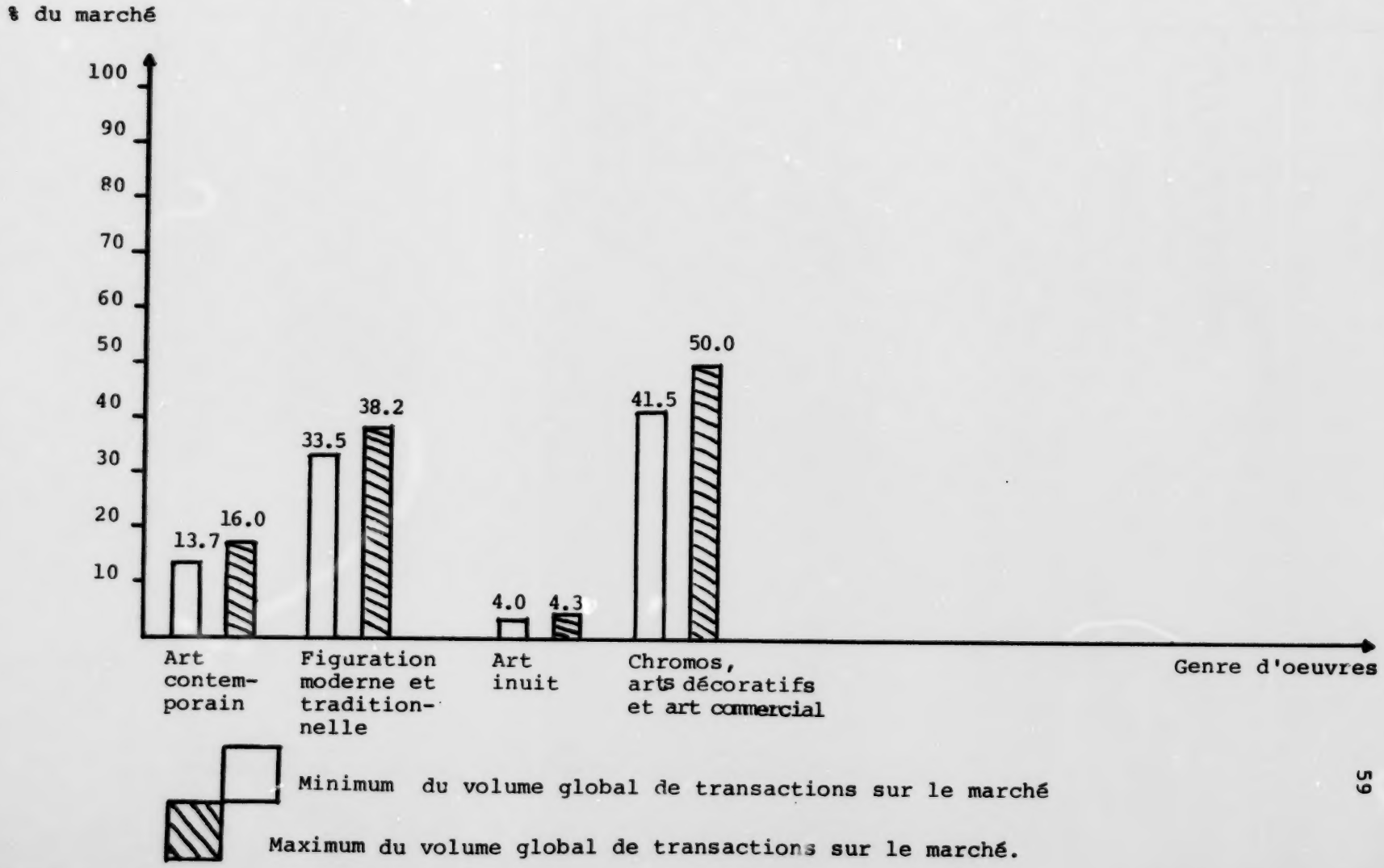
1) Les achats et commandes gouvernementaux représenteraient entre 81 et 85% de ce marché.

2) Les achats et commandes gouvernementaux représenteraient entre 45,2 et 49,7% du marché de l'art contemporain québécois.

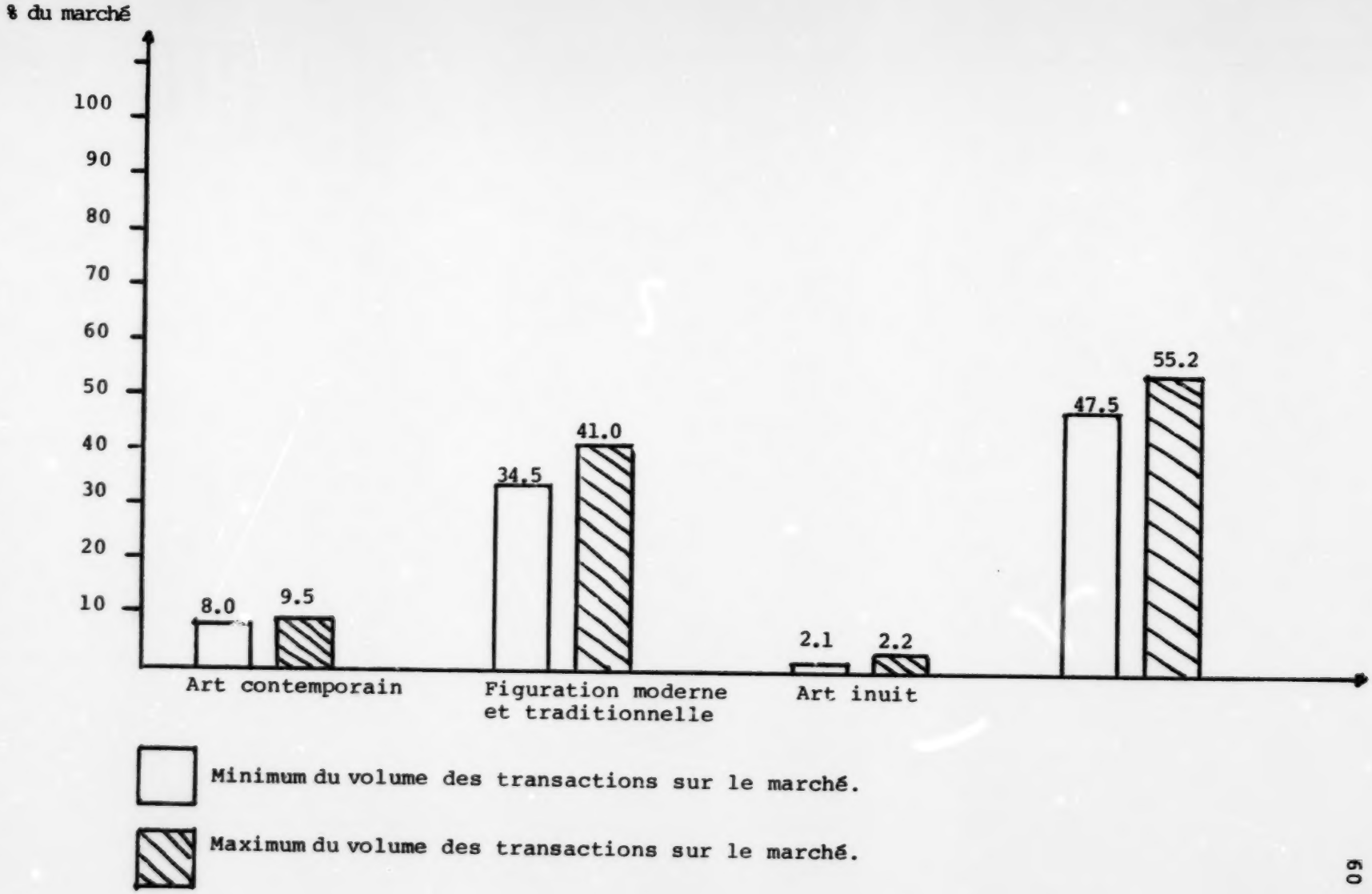
3) Essentiellement, la Fédération des coopératives du Nouveau-Québec.

4) Les pièces d'art inuit sont surtout vendues aux enchères sur le marché de Toronto.

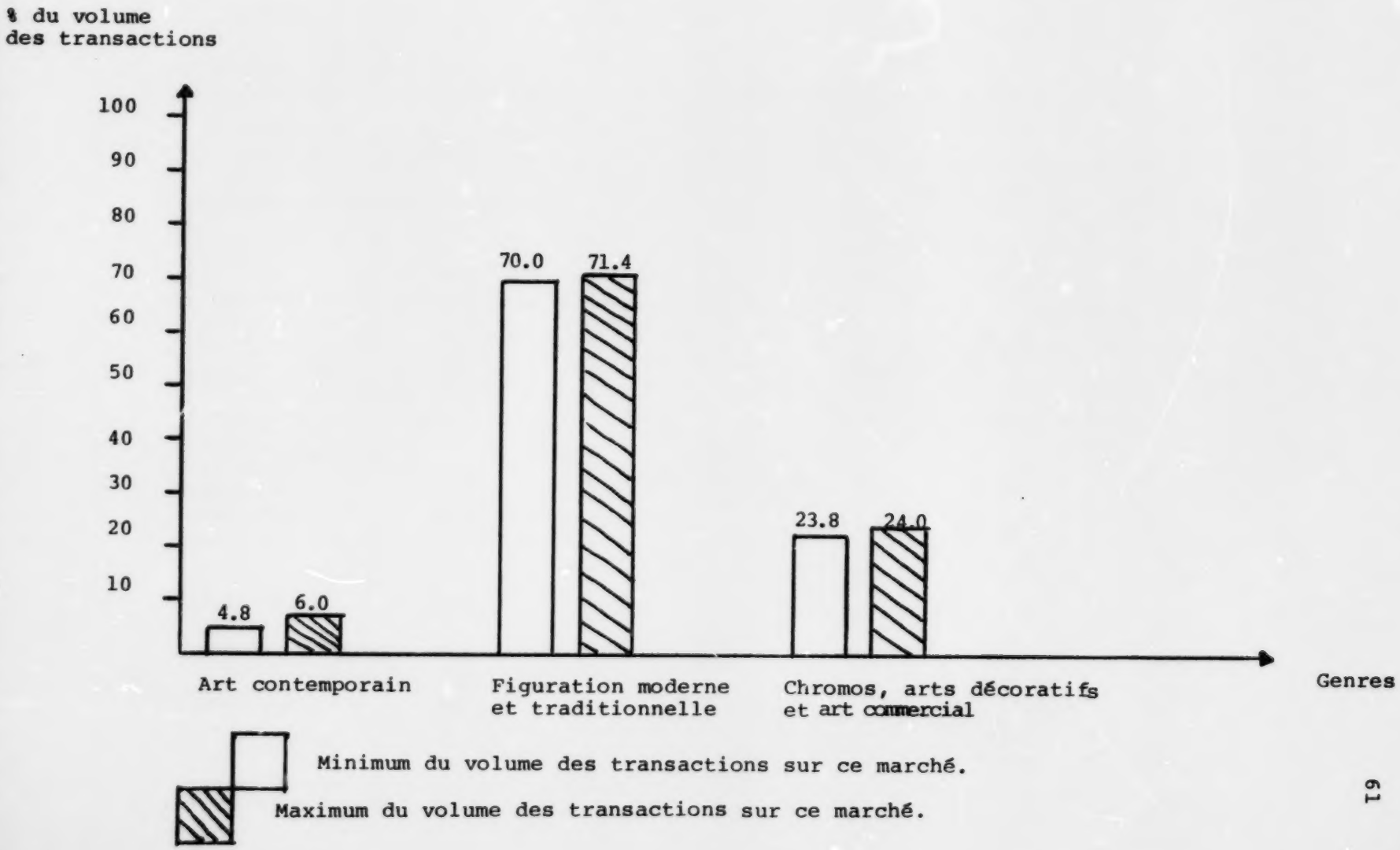
3-RÉPARTITION DU MARCHÉ QUÉBÉCOIS DE L'ART, PAR GENRE



4 - RÉPARTITION DU MARCHÉ EN GALERIE, PAR GENRE



5 - RÉPARTITION DU MARCHÉ DES VENTES AUX ENCHÈRES, PAR GENRE



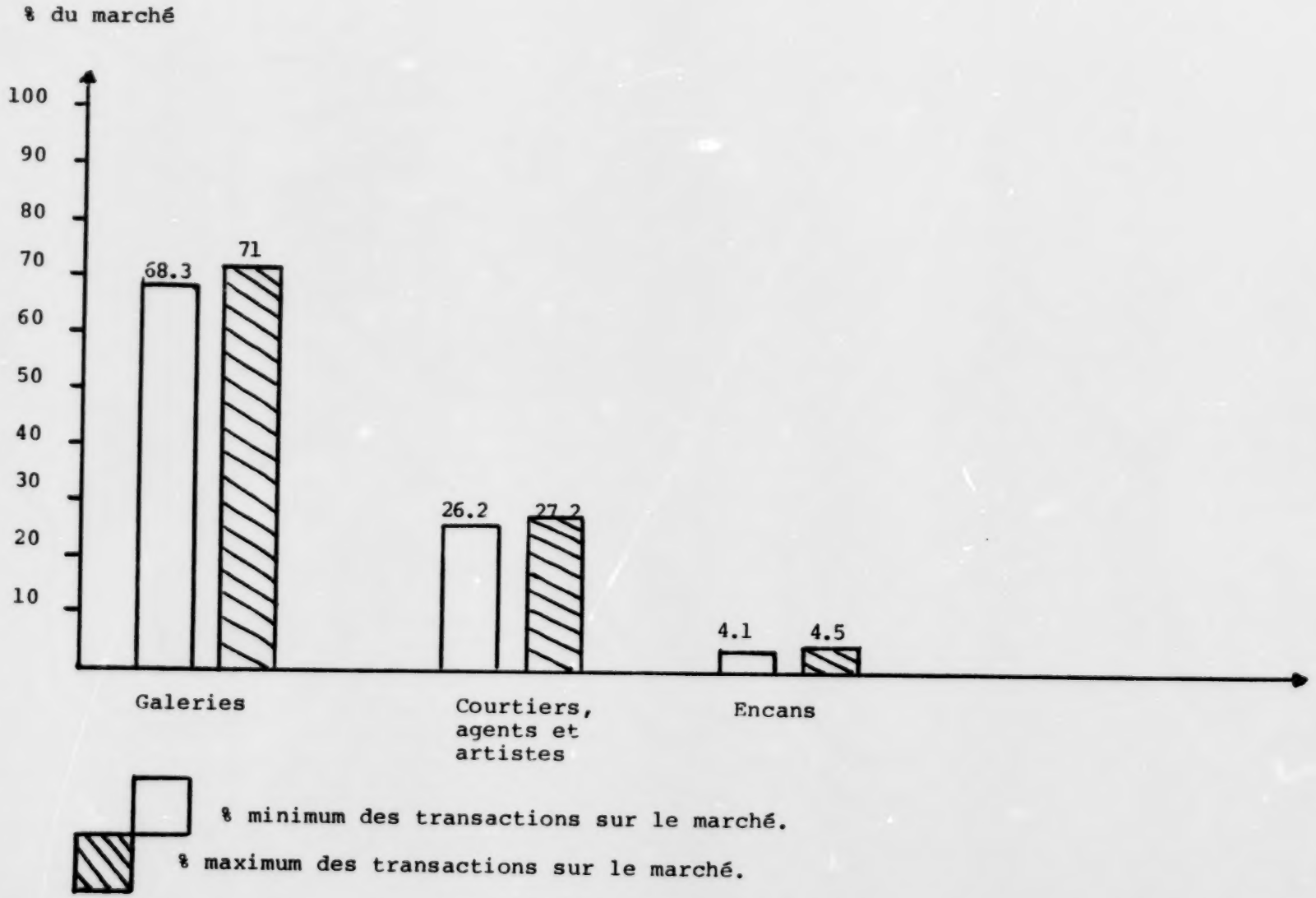
6 RÉPARTITION DU MARCHÉ QUÉBÉCOIS DE L'ART PAR TYPE DE VENDEURS, SELON LES GENRES

Vendeurs \ Genres	Art contemporain et nouvelle figuration	Figuration moderne et traditionnelle	Art inuit	Chromos arts décoratifs, art commercial	Total
Galeries	40,3% à 41,7%	72,8% à 73,2%	35,4%[1] à 38,9%	77,9% à 78,4%	68,3% à 71,0%
Courtiers, agents et artistes (ventes à l'atelier)	56,5% à 58,4%	18,3% à 18,6%	61,2%[2] à 64,5%	26,1% à 27,2%	26,2% à 27,2%
Encans	1,3% à 1,7%	8,5%	0,7%	2,0% à 2,6%	4,1% à 4,5%
Total	100%	100%	100%	100%	100%

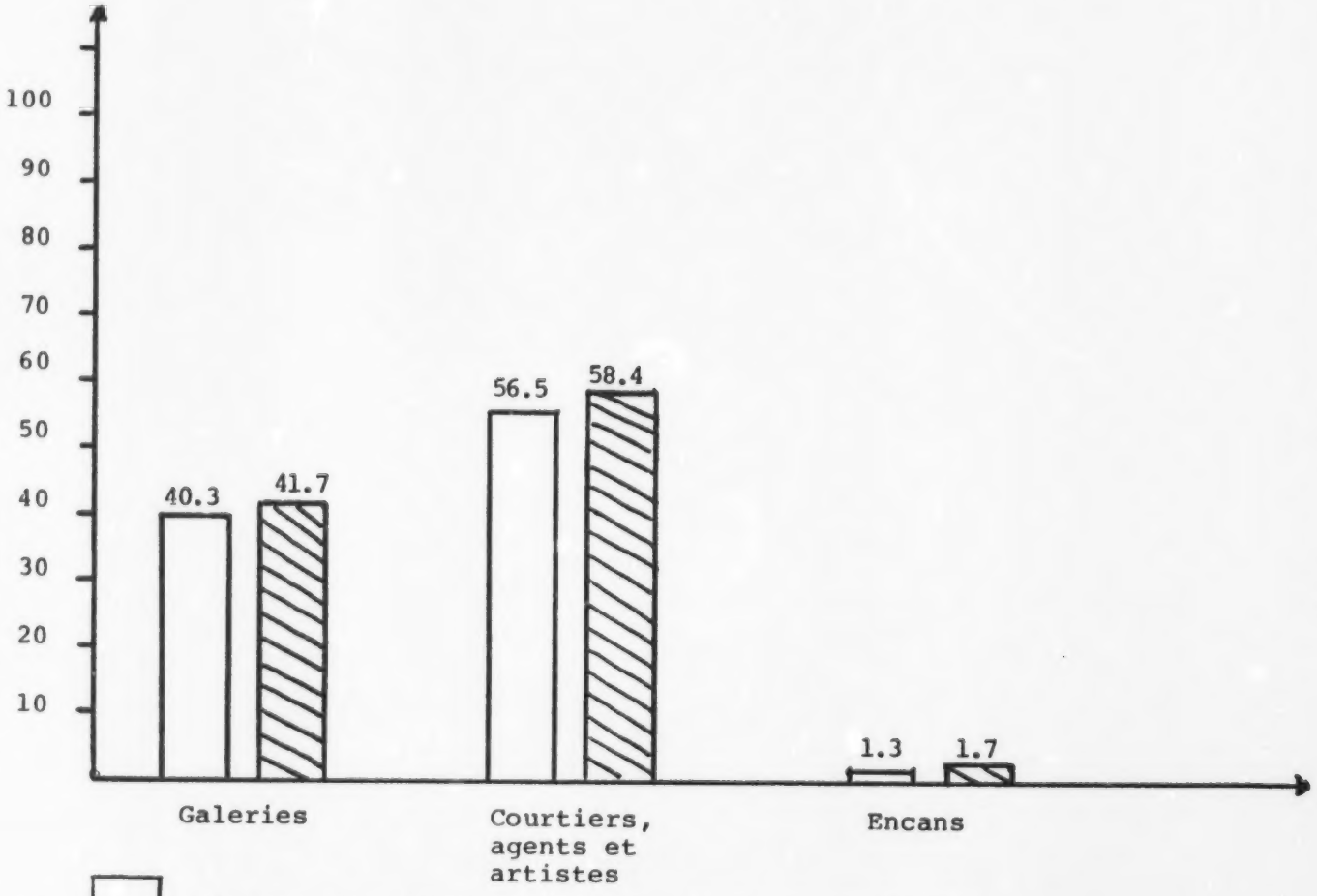
1) Les informations recueillies ne nous permettent pas de distinguer les galeries des boutiques.

2) Les exportations de la Fédération des coopératives du Nouveau-Québec sont incluses ici.

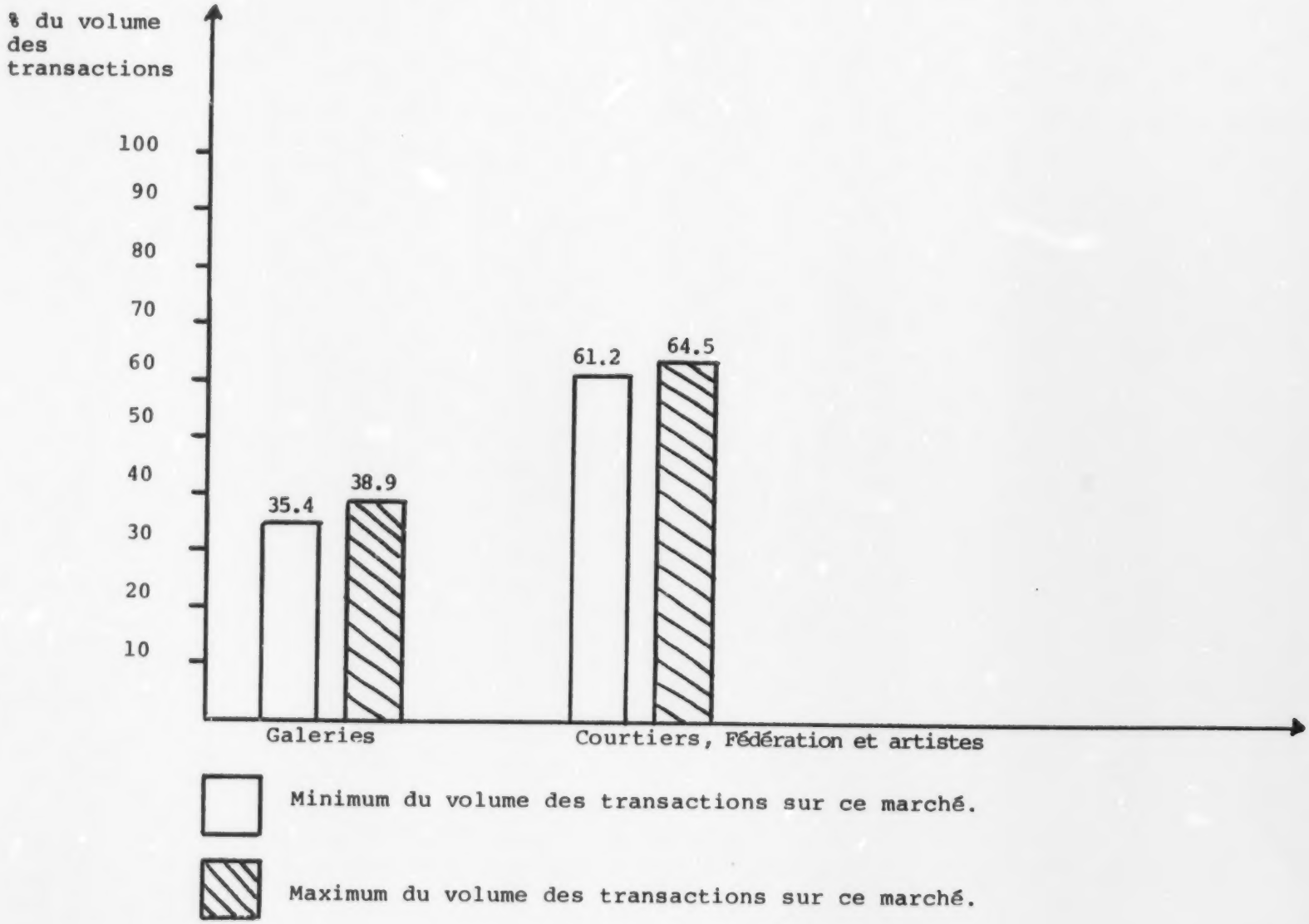
7 -RÉPARTITION DU MARCHÉ PAR TYPE DE VENDEURS



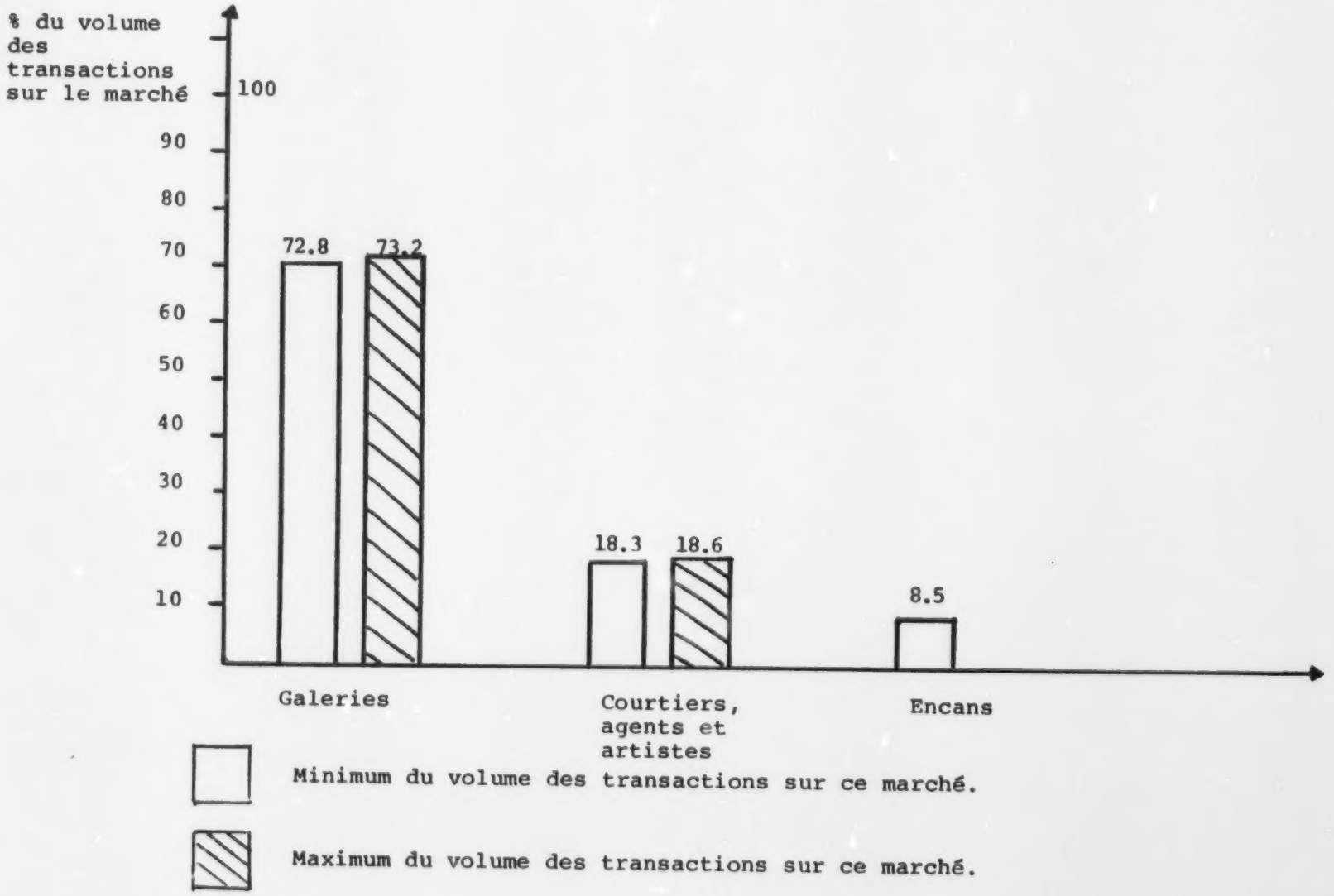
8 - RÉPARTITION DU MARCHÉ DE L'ART CONTEMPORAIN, PAR VENDEUR



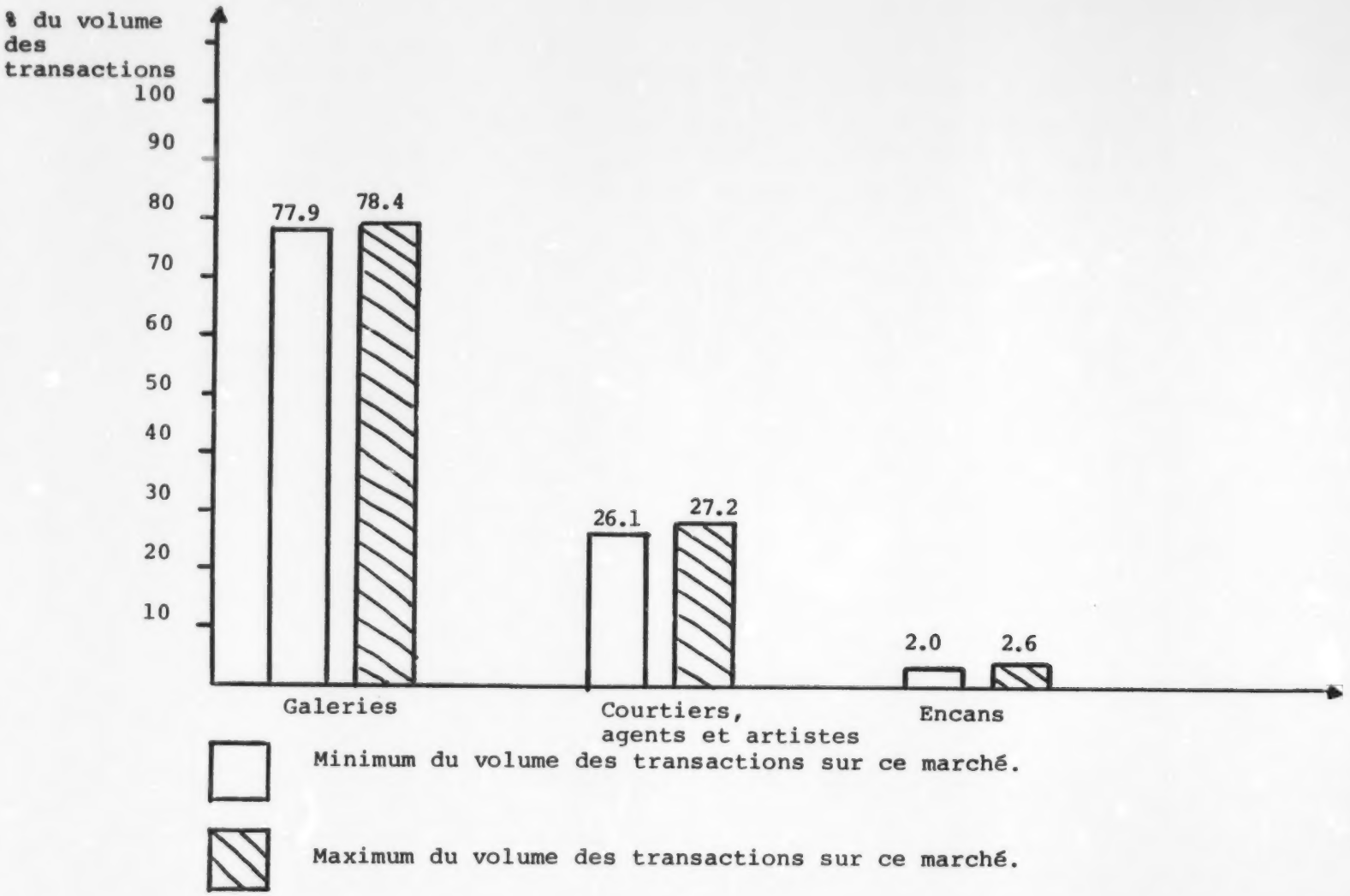
9 - RÉPARTITION DU MARCHÉ DE L'ART INUIT, PAR VENDEUR



10 - RÉPARTITION DU MARCHÉ DE LA FIGURATION MODERNE ET TRADITIONNELLE, PAR VENDEUR



11 - RÉPARTITION DU MARCHÉ DE L'ART COMMERCIAL, PAR VENDEUR



12 - RÉPARTITION DU MARCHÉ QUÉBÉCOIS DE L'ART, SELON LES GENRES ET SELON LES ORIGINES DES OEUVRES

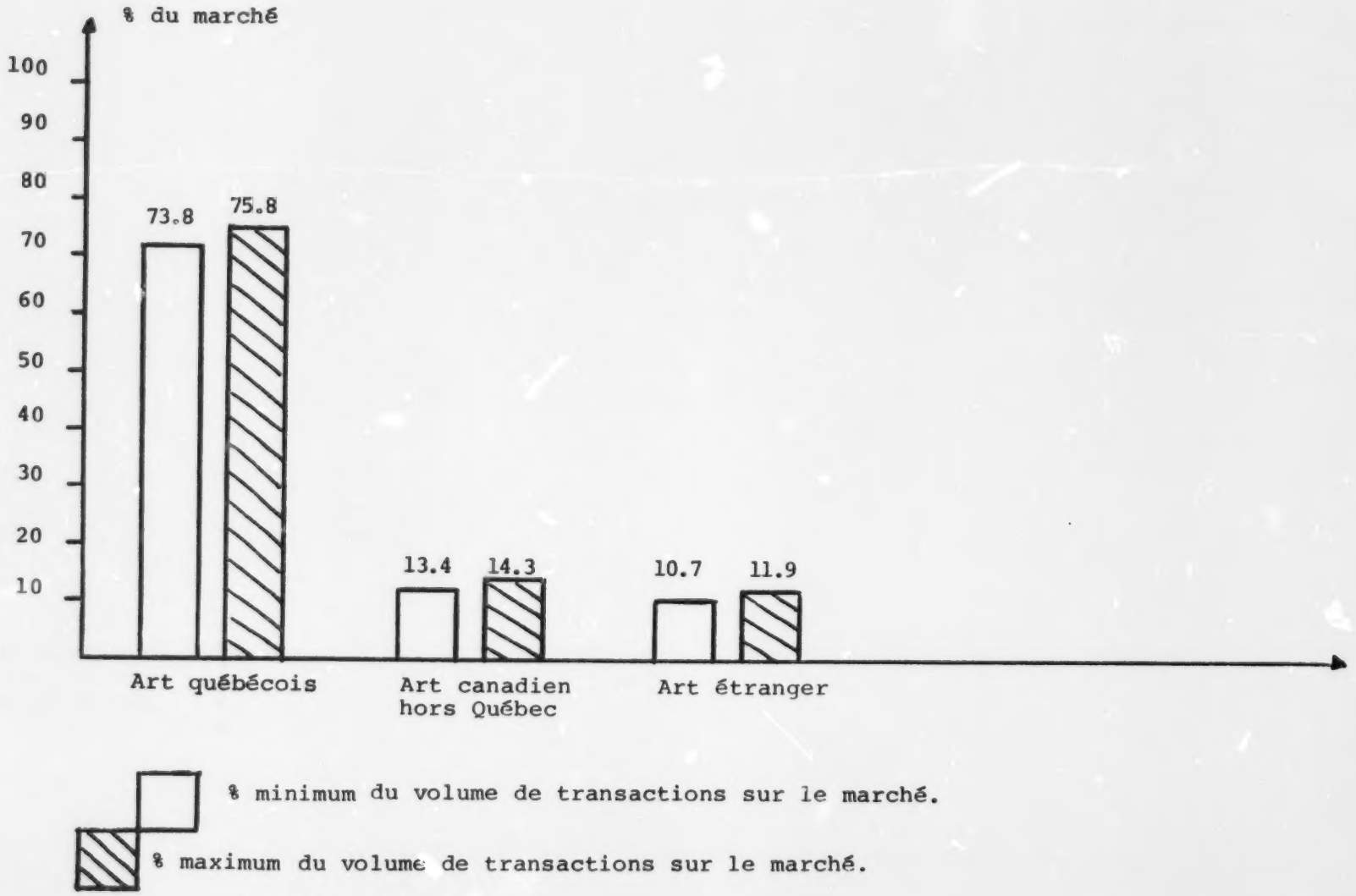
Genres \ Origines	Québécois	Canadien (hors Québec)	Étranger	Total
Art contemporain	73,8% à 75,8%	13,4% à 14,3%	10,7% à 11,9%	100%
Arts figuratif, moderne et traditionnel	----[3]	----	----	100%
Chromos et arts décoratifs, art commercial	80,0%[1]	10,0%	10,0%	100%
Art inuit	22,4% à 24,0%	75,2% à 78,6%	Nil[2]	100%

1) Il nous a été impossible d'obtenir l'information pour ce marché qui est cependant largement dominé par l'art canadien et québécois.

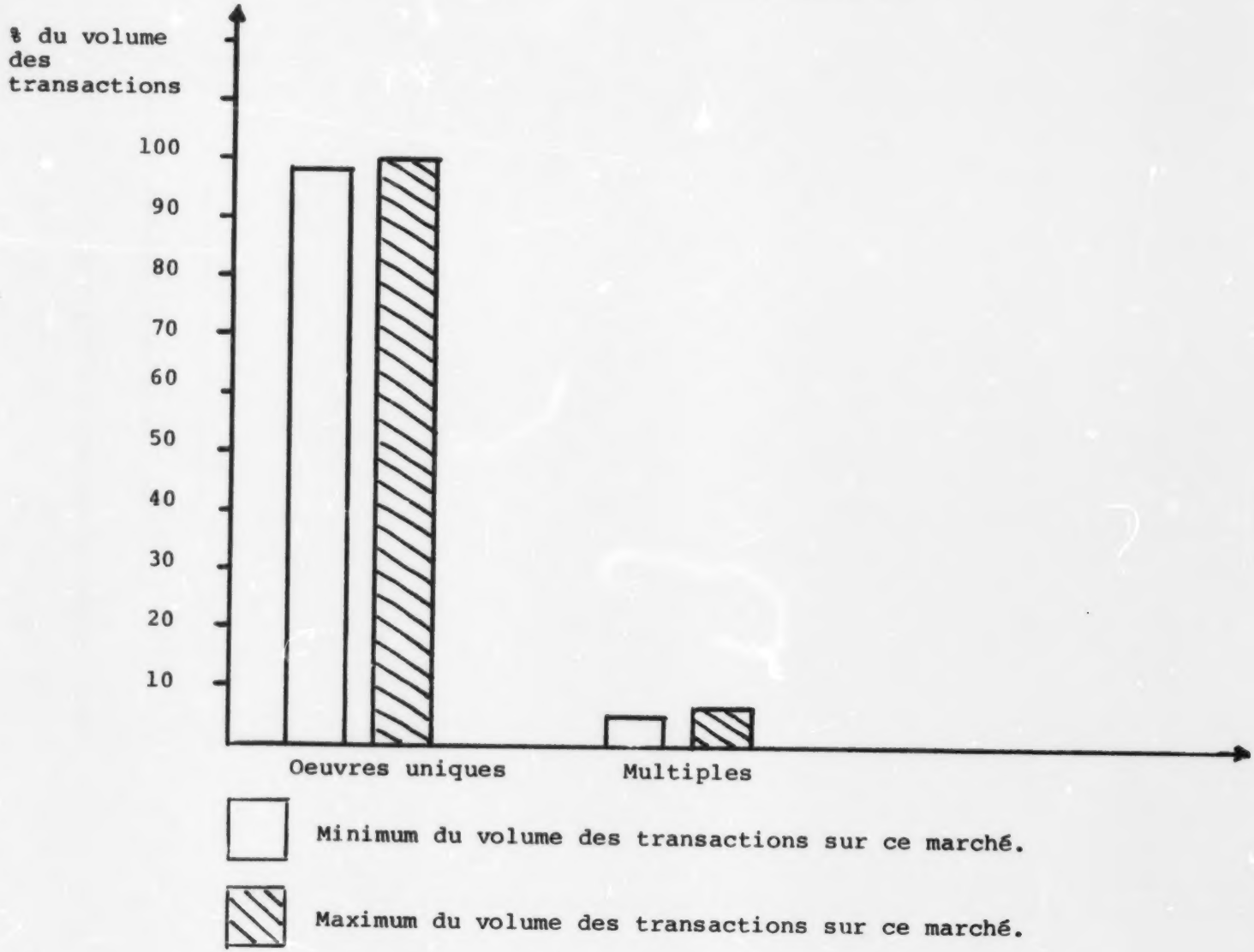
2) On trouverait cependant sur le marché des boutiques-cadeaux, des "sculptures" inuit... made in Japan.

3) Nous n'avons pu obtenir de détail sur la répartition du marché de l'art traditionnel.

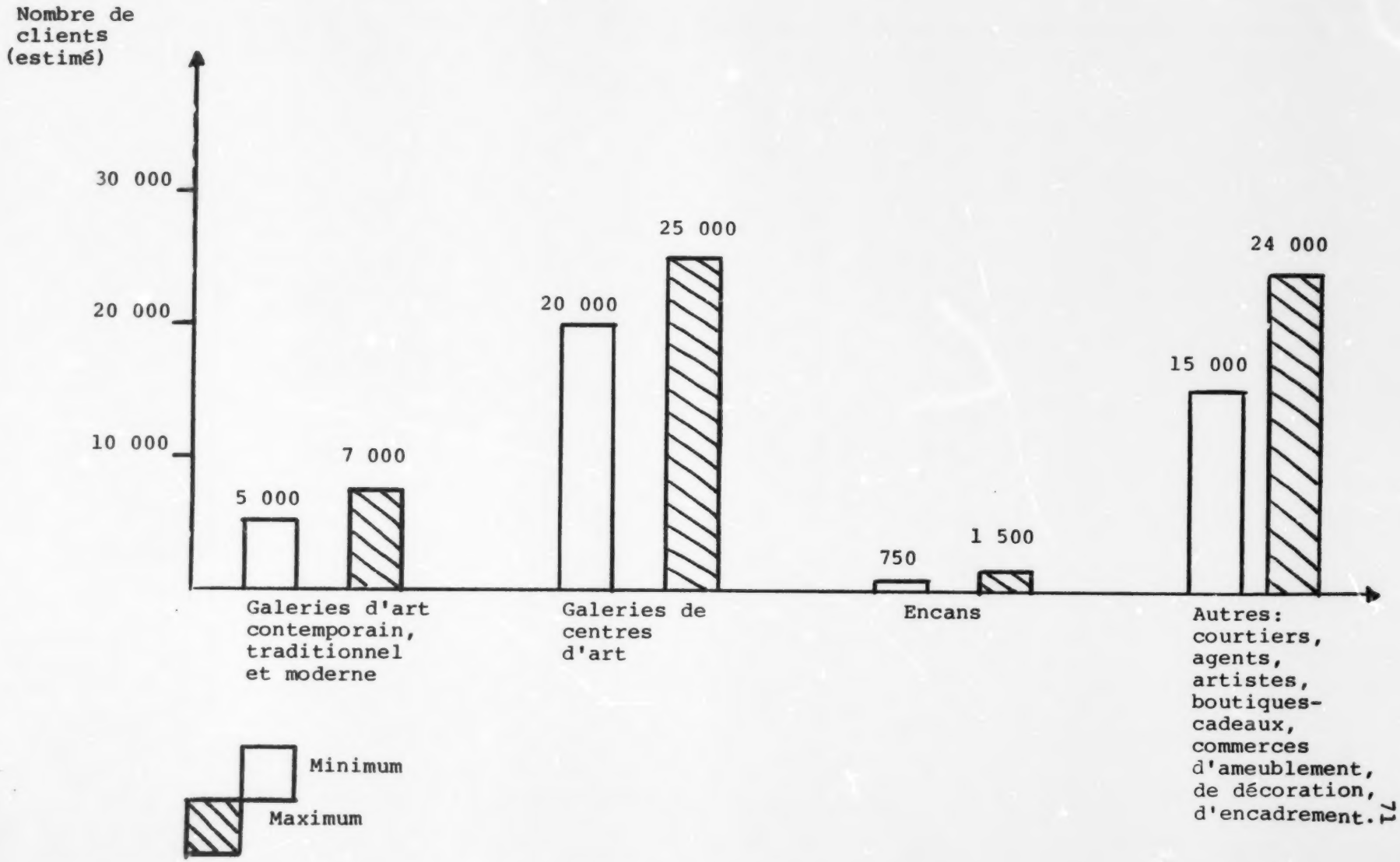
13 - RÉPARTITION DU MARCHÉ QUÉBÉCOIS DE L'ART CONTEMPORAIN, SELON L'ORIGINE DES OEUVRES



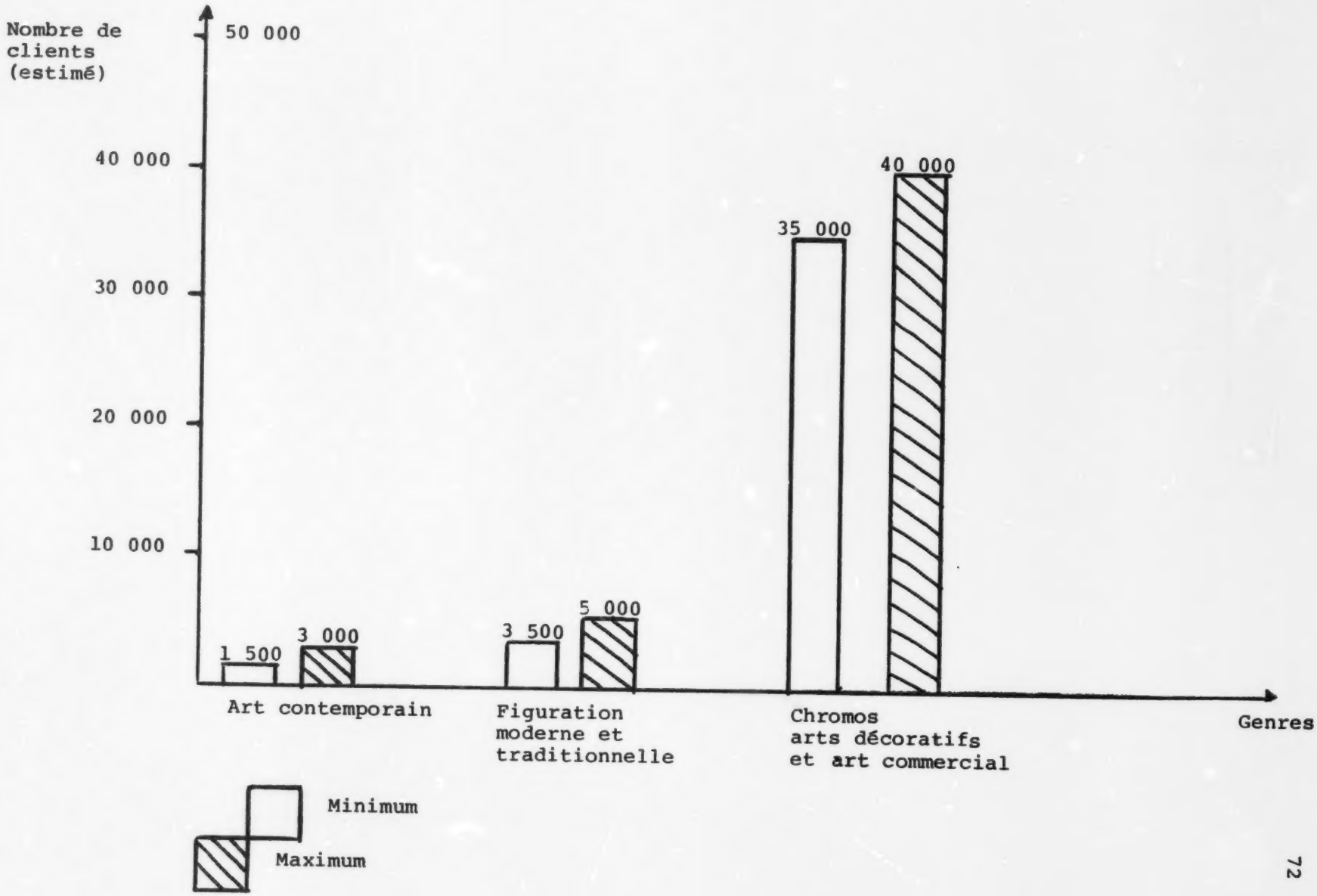
14 - RÉPARTITION DU MARCHÉ DES VENTES AUX ENCHÈRES ENTRE LES OEUVRES UNIQUES ET LES MULTIPLES



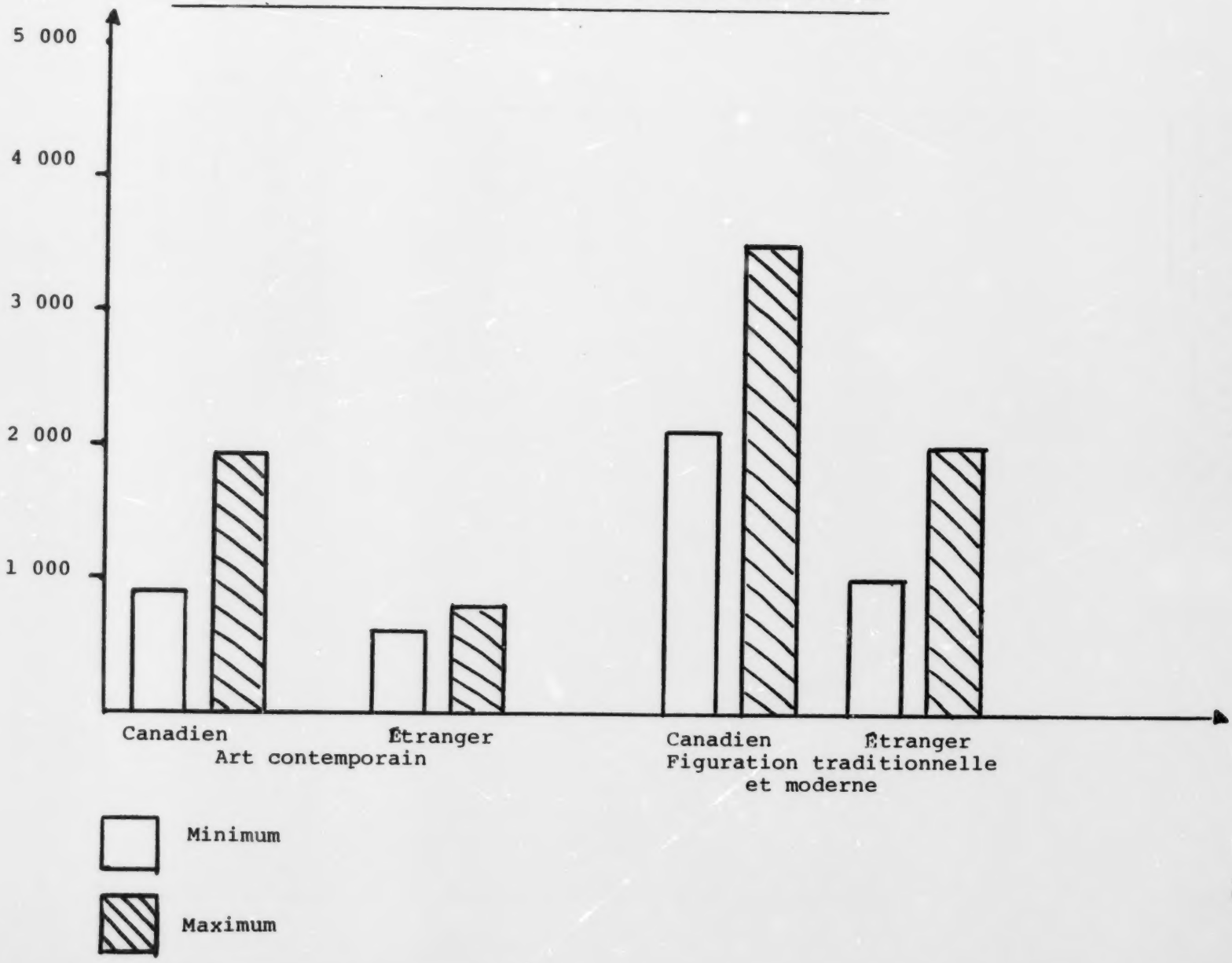
15 - RÉPARTITION DE LA CLIENTÈLE PAR TYPE DE VENDEURS



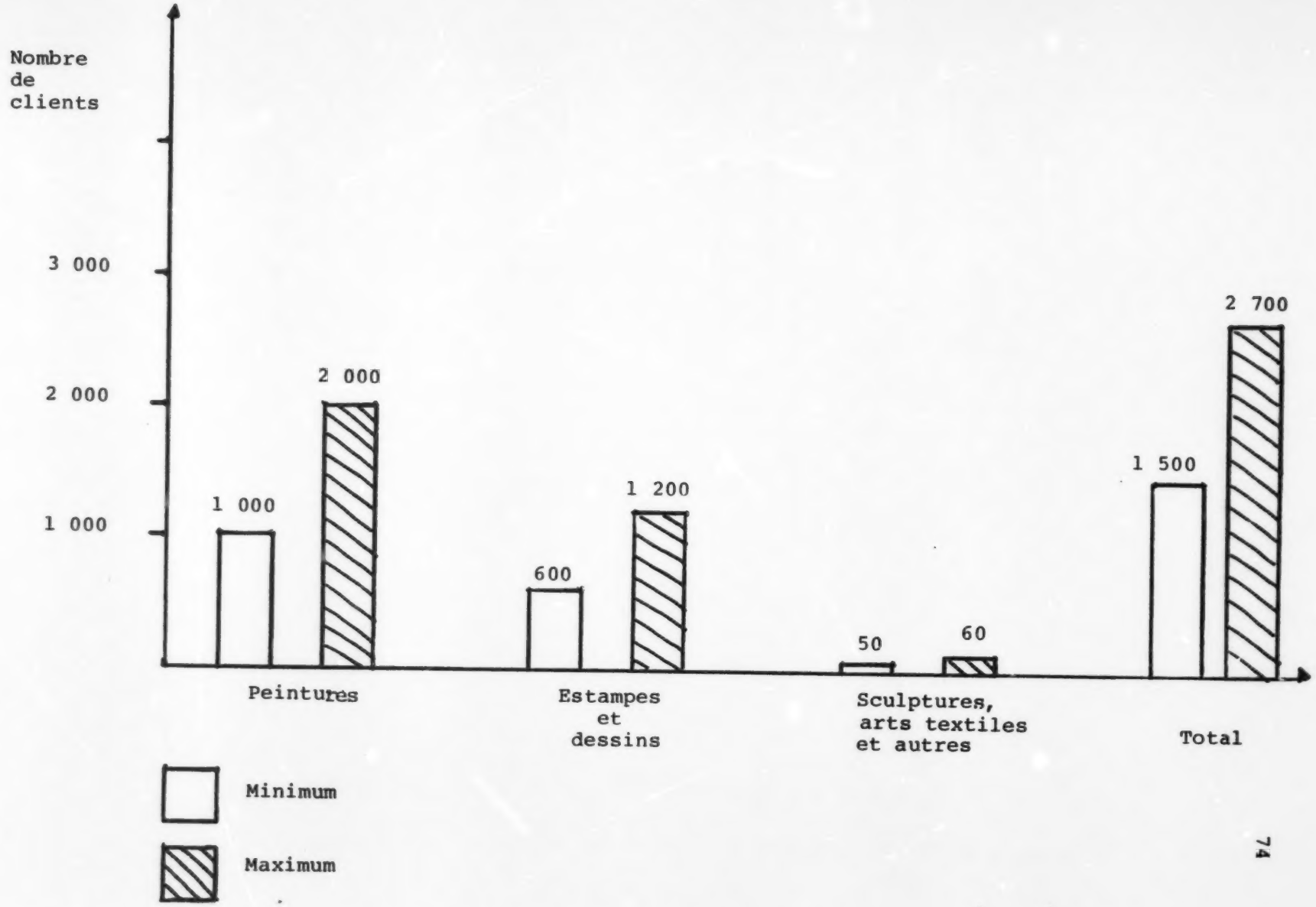
16 - RÉPARTITION DE LA CLIENTÈLE SELON LES GENRES



17 - RÉPARTITION DE LA CLIENTÈLE DE L'ART CONTEMPORAIN ET DE LA FIGURATION TRADITIONNELLE ET MODERNE, SELON L'ORIGINE DES OEUVRES



18 - RÉPARTITION DE LA CLIENTÈLE DE L'ART CONTEMPORAIN SELON LES DISCIPLINES ARTISTIQUES



II - LE MÉCÉNAT D'ÉTAT

Depuis les années soixante, nous avons assisté à une intervention de plus en plus accrue de l'État dans la vie artistique, tant dans le secteur de la diffusion que dans celui de la distribution des biens culturels. Par des politiques de distribution de bourses destinées aux artistes, d'acquisition d'oeuvres d'art et d'intégration des arts dans l'environnement urbain, l'État a joué un véritable rôle de mécène. L'artiste résidant au Québec peut aujourd'hui bénéficier de programmes administrés par différents paliers gouvernementaux. Ce sont les gouvernements fédéral et provincial qui accordent l'aide la plus importante aux artistes; l'intervention des municipalités dans la vie culturelle concerne beaucoup plus les organismes de diffusion que le secteur de la pratique artistique individuelle. Dans ce chapitre, nous analyserons principalement l'impact des programmes d'aide à la production artistique administrés par le Conseil des Arts du Canada et par le ministère des Affaires culturelles.

Le Conseil des Arts du Canada

Service de bourses aux artistes

Le Conseil des Arts du Canada offre actuellement aux artistes cinq programmes de bourses. 1) La bourse"A"est destinée aux artistes ayant plusieurs années de carrière à leur actif; à la somme maximale de 19 000$, qui couvre les frais de subsistance,

peut s'ajouter une allocation de 10 000$ pour couvrir des dépenses de matériel exceptionnelles. 2) La bourse"B", à concurrence de 13 000$, est offerte aux jeunes artistes en début de carrière. Le Conseil des Arts offre également aux artistes, 3) une bourse de voyage, 4) une bourse de courte durée, 5) une bourse de frais.

L'analyse des rapports annuels du Conseil des Arts révèle que, de 1977 à 1982, les provinces de l'Ontario et du Québec ont été principalement favorisées par les programmes de bourses destinées aux artistes en arts visuels. Et c'est l'Ontario qui vient en tête de liste. En supposant que ce sont les sommes maximales qui aient été accordées aux artistes, nous avons effectué le calcul des sommes d'argent distribuées dans le cadre de quatre programmes de bourses (Bourse"A", Bourse"B", Courte durée, Frais). Notons qu'il a été impossible d'estimer les sommes d'argent versées dans le cadre de programmes de bourses de voyage étant donné qu'aucune somme maximale n'est précisément déterminée pour cette bourse. De 1977 à 1982, les artistes résidant en Ontario ont reçu les sommes suivantes:

1977-1978: 536 000$
1978-1979: 485 000$
1979-1980: 742 000$
1980-1981: 682 350$
1981-1982: 1 013 100$

Et les artistes résidant au Québec ont reçu les sommes d'argent suivantes:

1977-1978: 417 000$
1978-1979: 334 000$

1979-1980: 310 600$
1980-1981: 366 850$
1981-1982: 403 900$

Nous observons donc une nette décroissance de l'aide accordée aux artistes québécois au profit d'une croissance de celle accordée aux artistes résidant en Ontario. Dans le Rapport Applebaum-Hébert, nous lisons que les crédits budgétaires du Conseil des Arts ont régulièrement diminué depuis 1975:

> "en chiffres absolus, ils ont en effet rétréci en moyenne de 2,1%,alors que le Conseil aurait eu besoin du complément de 13,3 millions en 1980-1981 rien que pour tenir compte de l'inflation de cette période. Il n'est pas difficile d'imaginer les effets de ces compressions sur les artistes et les groupes artistiques qui dépendent du Conseil des Arts"[1].

A cette remarque du rapport du gouvernement fédéral sur la culture, nous pouvons cependant ajouter que la crise économique ne semble pas avoir affecté également tous les intervenants du milieu des arts: la décroissance de l'aide aux artistes québécois est observable dans chacun des quatre programmes de bourses[2].

L'analyse des programmes de bourses attribuées aux artistes en arts visuels par le Conseil des Arts démontre que seul un nombre restreint d'artistes peut bénéficier de cette forme d'aide.

---

1 Rapport du Comité d'étude de la politique culturelle fédérale, Ministère des Communications, Gouvernement du Canada, Ottawa, 1982, p. 54.

2 Voir tableaux 19 à 26.

Plusieurs critiques ont déjà été émises par les artistes eux-mêmes à l'égard du Service des bourses du Conseil des Arts; les artistes se plaignent que les subventions ne sont pas distribuées équitablement, que les bénéficiaires sont souvent les mêmes alors que d'autres artistes tentent en vain d'obtenir de l'aide[3].

Lorsque nous faisons le compte du nombre d'artistes québécois qui ont reçu, depuis cinq ans, une bourse"A," qui est la bourse la plus importante pouvant assurer pendant un an un revenu décent, nous constatons que seulement dix-huit artistes ont bénéficié d'une aide substantielle. Trois de ces dix-huit artistes ont reçu deux bourses pendant ces années. De plus, les artistes doivent partager le budget affecté à la Bourse"A"avec les critiques d'art, étant donné que trois d'entre eux ont bénéficié de l'aide accordée par ce programme. Les femmes artistes sont minoritaires parmi ce groupe bénéficiaire de la bourse"A:" elles ne sont que deux. Les sculpteurs, au nombre de deux, sont aussi peu représentés. La peinture est la discipline artistique la plus favorisée. Et c'est la catégorie art non-figuratif qui regroupe la grande majorité des bénéficiaires. Quant à la bourse "B," il n'y a que soixante-deux artistes québécois qui aient bénéficié, depuis cinq ans, de cette aide offerte aux jeunes artistes. Seize de ces artistes sont des femmes. Onze d'entre eux ont obtenu deux à trois bourses pendant cette période, et

---

3 L'aspect économique des arts visuels. Rapport de la direction de la recherche et des statistiques. Direction générale des arts et de la culture. Secrétariat d'Etat. Préparé par E.R.A. Consulting Economists Inc., octobre 1978.

trois bourses de ce programme ont été accordées à des critiques d'art. La majorité de ces artistes n'a reçu qu'une seule bourse au cours de ces cinq ans. Il n'y a qu'un seul bénéficiaire de la bourse"B"qui ait obtenu quelques années plus tard une bourse"A". On constate donc que la bourse"B"n'est accessible qu'à un petit nombre d'artistes et que, de plus, ces derniers sont loin d'être assurés de pouvoir un jour obtenir une bourse"A".

La Banque d'oeuvres d'art

La Banque d'oeuvres d'art existe depuis 1972. Son mandat est d'acheter des oeuvres d'artistes canadiens; ces oeuvres sont ensuite louées aux différents services gouvernementaux et exposées dans les édifices publics. De 1977 à 1982, le budget d'acquisition de la Banque d'oeuvres d'art s'élève à plus de deux millions.

Budget d'acquisition de la Banque d'oeuvres d'art du Canada

Année	Nombre d'oeuvres	Montant
1978-1979	729	669 724$
1979-1980	564	597 542$
1980-1981	407	545 277$
1981-1982	675	545 345$

Etant donné le nombre élevé d'oeuvres acquises par la Banque d'oeuvres depuis cinq ans, il était impossible, dans le cadre de cette étude, de faire une analyse exhaustive des acquisitions. Nous avons donc préféré repérer les artistes qui ont été

particulièrement favorisés, dont les oeuvres ont été achetées en plus grand nombre par la Banque. Nous avons ainsi constitué un groupe de vingt-sept artistes qui ont reçu, depuis 1975, plus de 25 000$, soit des sommes variant entre 26 800$ et 88 000$. Cette analyse révèle, comme dans le cas des politiques de distribution des bourses, qu'un petit nombre d'artistes ont bénéficié d'une aide importante de la Banque d'oeuvres. Les artistes résidant en Ontario, au nombre de treize, sont les plus favorisés; ils sont suivis des artistes québécois qui sont au nombre de six et qui se sont partagé la somme de 359 837,08$ pendant ces cinq années. Notons que certains d'entre eux ont également été bénéficiaires de la bourse"A"durant cette même période.

Somme d'argent versée par la Banque d'oeuvres d'art du Canada aux artistes qui ont reçu plus de 25 000$ de 1975 à 1981

Ontario	659 011,00$	48,62%
Québec	359 837,08$	26,00%
Provinces centrales	233 225,00$	18,68%
Colombie-britannique	83 450,00$	6,16%
Total	1 355 523,08$	

Les femmes artistes sont peu représentées dans ce groupe favorisé par le mécénat de l'Etat fédéral[4]. La catégorie esthétique caractérisant la démarche artistique de la majorité de ces artistes est celle de l'art non figuratif [5].
Et il semble que les artistes qui ont déjà siégé sur les jurys de la Banque d'oeuvres ou sur ceux du Conseil des Arts, dans le cadre des programmes de bourses, voient leurs oeuvres plus fréquemment acquises par la Banque que celles des artistes qui n'ont siégé

4 Voir tableau 29.

5 Voir tableau 28.

sur aucun jury. En fait, il n'y a que deux artistes, de ces vingt-sept, qui n'aient jamais été membres d'aucun jury[6].

Il est difficile d'analyser précisément l'impact de la Banque d'oeuvres sur le marché de l'art québécois. Nous savons que de 1972 à 1981, la Banque d'oeuvres a injecté la somme globale de 350 000$ dans le réseau des galeries d'art du Québec et qu'elle a acheté deux cents oeuvres. Nous n'avons malheureusement pas d'informations concernant les achats effectués directement aux artistes, bien que cette formule semble être le principal mode d'achat de la Banque d'oeuvres. Nous savons toutefois que treize galeries d'art du Québec ont vendu des oeuvres à la Banque; douze d'entre elles sont situées à Montréal et une à Québec. La très grande majorité de ces galeries diffusent principalement de l'art abstrait. Nous avons observé également que cinq galeries seulement se sont partagé plus de 60% de la somme d'argent totale payée aux galeries d'art du Québec, soit 200 000$; six autres galeries n'ont vendu qu'occasionnellement à la Banque d'oeuvres d'art. Seules les galeries défendant l'abstraction et l'avant-garde ont vendu pour plus de 20 000$ d'oeuvres. Notons qu'aucune galerie québécoise n'a vendu pour plus de 100 000$, de 1972 à 1981, alors que ce fut le cas pour quelques galeries ontariennes. Certaines d'entre elles ont vendu des oeuvres pour plus de 150 000$ ou 200 000$. On remarque également que les galeries qui ont vendu des oeuvres le plus régulièrement à la Banque d'oeuvres avaient parmi les membres des jurys du Conseil des Arts ou de la Banque d'oeuvres des artistes de leurs galeries.

6 Voir tableau 27.

Le Ministère des Affaires culturelles

Le ministère des Affaires culturelles apporte un soutien à la pratique des artistes en arts visuels en administrant divers programmes: les programmes d'aide à la création et du 1%, et plus récemment celui de la collection nationale, la collection du Prêt d'oeuvres d'art.

Le programme d'aide à la création

Le ministère des Affaires culturelles offre des bourses aux artistes oeuvrant dans les disciplines traditionnellement regroupées sous le vocable "Beaux-Arts" (la sculpture, la peinture, le dessin et la gravure), à ceux qui exercent dans des disciplines qui s'en éloignent, comme la performance et l'installation, et les métiers d'art. Notons que le Conseil des Arts n'offre aucune aide particulière à ceux et à celles qui pratiquent les métiers d'art.

Le caractère non homogène des Rapports annuels du Ministère des Affaires culturelles dans lesquels, d'une année à l'autre, la nature des informations et leur présentation subissent de continuelles transformations, n'a pas facilité notre travail d'analyse. Nous avons pu toutefois faire l'étude du nombre de bourses attribuées aux artistes, par le Ministère, de 1979 à 1982. Remarquons qu'en 1979-1980, les artistes bénéficient de programmes d'aide aux expositions et de stage de perfectionnement et que ces deux programmes semblent avoir disparu en 1980.

Bourses attribuées par le ministère des Affaires culturelles de 1979 à 1982

1979-1980	Aide à la création	193 480$	35 bourses
	Aide aux expositions	66 557$	44 bourses
	Stage de perfectionnement	66 800$	7 bourses
	Total	326 837$	86 bourses
1980-1981	Aide à la création	412 793$	88 bourses
1981-1982	Aide à la création	396 391$	106 bourses

En tenant compte que certains artistes ont reçu plus d'une bourse, nous avons compilé cent quatre-vingt-onze noms d'artistes et d'artisans qui ont bénéficié de l'aide du ministère des Affaires culturelles de 1979 à 1982, dans le cadre du programme d'aide à la création. Quarante-deux bénéficiaires sont des femmes. Onze d'entre eux ont reçu deux bourses durant cette période. Il faut toutefois remarquer que la majorité des bourses attribuées comporte des montants qui ne peuvent guère assurer à l'artiste des moyens de subsistance décents pendant la période où il en est bénéficiaire. L'analyse de la liste des boursiers du Ministère révèle que la majorité d'entre eux ont reçu des sommes d'argent de 3 000$, 2 000$ et même moins. Il n'y a que cinquante-deux artistes qui, de 1979 à 1982, aient reçu plus de 5 000$, et parmi ces bénéficiaires, aucun d'entre eux n'a reçu plus d'une bourse d'un montant supérieur à 5 000$. En 1981-1982, quelques bourses sont un peu plus importantes: certains artistes recevront la somme maximale de 15 000$.

L'analyse du programme d'aide à la création révèle une volonté de répartir également les bourses. Mais il est difficile de ne pas observer en même temps qu'il s'agit en fait d'un partage égal de minces ressources qui conduit à une sorte "d'égalité" dans la "misère"!

Nous remarquons aussi que les budgets d'aide à la création accordés par le ministère des Affaires culturelles sont semblables à ceux distribués par le Conseil des Arts aux artistes du Québec, à la différence que le Conseil des Arts partage les sommes d'argent entre un nombre beaucoup plus restreint d'artistes. Nous ne pouvons que souhaiter que l'Etat québécois augmente les crédits destinés à la pratique artistique,afin de permettre que le plus grand nombre possible d'artistes puissent jouir d'un revenu décent lorsqu'ils sont bénéficiaires d'une bourse.
L'analyse de l'aide de l'Etat à la pratique artistique démontre que cette aide est nettement insuffisante pour permettre à l'artiste de vivre de sa pratique; il doit nécessairement diversifier ses sources de revenus. L'obtention d'une bourse est un moment heureux dans sa carrière et ce moment ne se répète pas souvent.

Le 1%

Le Ministère des Affaires culturelles administre également un programme d'intégration des arts à l'architecture. A la lecture de deux rapports produits par le Secrétariat du programme de

l'intégration des arts à l'architecture[7], nous apprenons qu'en 1981-1982, le budget de ce programme était de 1 339 021$ et qu'en 1982-1983, de 1 470 104$. Si nous comparons ce budget à celui de l'aide à la création, nous constatons que la priorité du Ministère, dans le domaine des arts visuels, est d'assurer l'intégration des arts visuels à l'architecture. L'aide aux artistes, qui ne sont pas intéressés à cette problématique des arts intégrés, semble venir en second lieu. Il faut toutefois dire que la récente création de la collection nationale rétablit l'équilibre. Cette formule permet l'acquisition d'oeuvres destinées à une fonction plus souple que celle de l'intégration à un bâtiment public. En 1981-1982, quatre-vingt-neuf artistes ont obtenu des contrats dans le cadre du programme de l'intégration des arts à l'architecture, soit soixante-quatre hommes et vingt-cinq femmes; en 1982-1983, soixante-quatorze artistes, soit quarante-cinq hommes et vingt-neuf femmes ont également réalisé des oeuvres dans le cadre de ce programme. Une très faible proportion d'entre eux ont obtenu plus d'un contrat durant cette période. Le budget moyen dont disposent ces artistes est de 15 045$ en 1981-1982 et de 19 866$ en 1982-1983. Ces budgets sont relativement minces puisqu'ils doivent couvrir à eux seuls l'achat des matériaux et tous les frais innérents à la réalisation

---

7 Bilan des opérations 1981-1982 du programme de l'intégration des arts à l'architecture, Ministère des Affaires culturelles, Secrétariat du programme de l'intégration des arts à l'architecture, avril 1982.

Bilan des opérations 1982-1983 du programme de l'intégration des arts à l'architecture, Ministère des Affaires culturelles, Secrétariat du programme de l'intégration des arts à l'architecture, juin 1983.

de l'oeuvre, et également procurer à l'artiste un revenu. Les rapports du ministère ne nous disent pas quel pourcentage de cette somme constitue en fait le revenu net de l'artiste lorsqu'il réalise un contrat du 1%. Autrement dit, nous ne savons pas quelle part du budget du 1% est effectivement employée en tant que revenu ou frais de subsistance par l'artiste et quelle autre part va aux fabricants et aux distributeurs des matériaux employés dans l'oeuvre.

La discipline favorisée par le programme d'intégration des arts à l'architecture est la sculpture. Les sculpteurs ont obtenu cent deux contrats durant la période étudiée; les peintres, trente contrats; et les artistes oeuvrant dans le domaine des arts textiles ont réalisé dix-neuf projets. Il est donc évident que la politique du 1% aide principalement, et à juste titre, les artistes dont les oeuvres circulent difficilement dans le réseau des galeries d'art à cause de leurs dimensions souvent monumentales.

Ce sont les artistes habitant surtout la région de Montréal qui sont les plus susceptibles d'obtenir des contrats du 1%. Durant la période étudiée, cette région (principalement Montréal-Centre et Montréal-Rive Sud) a été le lieu de réalisations de quatre-vingt-dix oeuvres d'intégration à l'architecture.

La collection du prêt d'oeuvres d'art

Récemment, le ministère des Affaires culturelles a créé la collection du Prêt d'oeuvres d'art qui, depuis le début de ses activités, a disposé d'un important budget de 440 000$, essentiellement destiné à l'achat d'oeuvres d'art. Ce budget, comme nous le verrons plus loin, est supérieur aux budgets d'acquisition des musées d'Etat. Un rapport du Ministère sur les activités de la collection du Prêt[8], nous apprend que 674 artistes ont présenté en 1982-83 des oeuvres au Comité d'acquisition qui a retenu les oeuvres de 76 artistes. En 1983-84, 104 artistes ont vu leurs oeuvres achetées par la collection du Prêt. Il semble donc que ce soit une faible minorité des artistes inscrits qui bénéficient de ce programme[9]. En 1982-83, la grande majorité de ces artistes sont des hommes,bien que les artistes féminines aient dans une proportion presque égale proposé leurs oeuvres aux comités d'acquisition de la collection (45,1% de femmes et 54,9% d'hommes). La peinture est la discipline privilégiée, suivie de la sculpture et du dessin. Notons qu'il y a eu une majorité de peintres qui se sont inscrits à ce programme. Les femmes artistes sont majoritairement représentées dans les disciplines arts graphiques et arts décoratifs, disciplines qui n'ont pas été favorisées par la collection du Prêt. Et malgré la présence marquée des femmes dans les disciplines des arts graphiques et du dessin, les comités d'acquisition ont choisi en plus

8 Profil des artistes de la collection Prêt d'oeuvres d'art, Chiffres à l'appui, Bulletin du Service de la Recherche et de la planification, ministère des Affaires culturelles, octobre 1983.

9 Voir tableaux 30 et 31.

grand nombre, des gravures ou de dessins produits par des artistes masculins.

En 1983-84, la situation ne semble pas avoir tellement changé: la peinture représente la majorité des oeuvres acquises. Nous notons toutefois un intérêt accru, par rapport à l'année précédente, pour le dessin et la photographie; viennent en derniers rangs, la gravure, la sculpture et les arts décoratifs. Les femmes artistes, au nombre de 37, sont encore minoritaires. Un très petit nombre d'artistes, ils sont dix-neuf, ont vu de leurs oeuvres achetées par les comités qui ont siégé tant en 1982-83 qu'en 1983-84.

Le rapport du ministère des Affaires culturelles sur la collection du Prêt nous dit que le prix moyen des oeuvres acquises en 1982-83 est de 1 617$. Les sommes d'argent versées par ce programme ne peuvent donc constituer qu'une mince part du revenu des artistes concernés par ces achats. Notons également qu'il n'y a que trois artistes qui, durant les deux années d'existence de la collection, ont reçu plus de 10 000$ de ce programme.

En conclusion de ce chapitre sur l'aide de l'Etat allouée à la production artistique individuelle, nous ne pouvons que remarquer la nette insuffisance et la précarité de cette aide économique qui ne peut d'aucune façon assurer à l'artiste un revenu décent, lui permettant d'exercer sa pratique artistique à temps plein. L'artiste doit nécessairement diversifier ses sources de revenu.

L'obtention d'une bourse ou la vente d'une oeuvre à une collection d'Etat est en fait, pour la grande majorité des artistes, un moment exceptionnel dans leur carrière. A cela s'ajoute que seul un nombre restreint d'artistes reçoit une aide de l'État, comme le montre l'analyse des curricula vitae d'artistes contenue dans ce rapport.

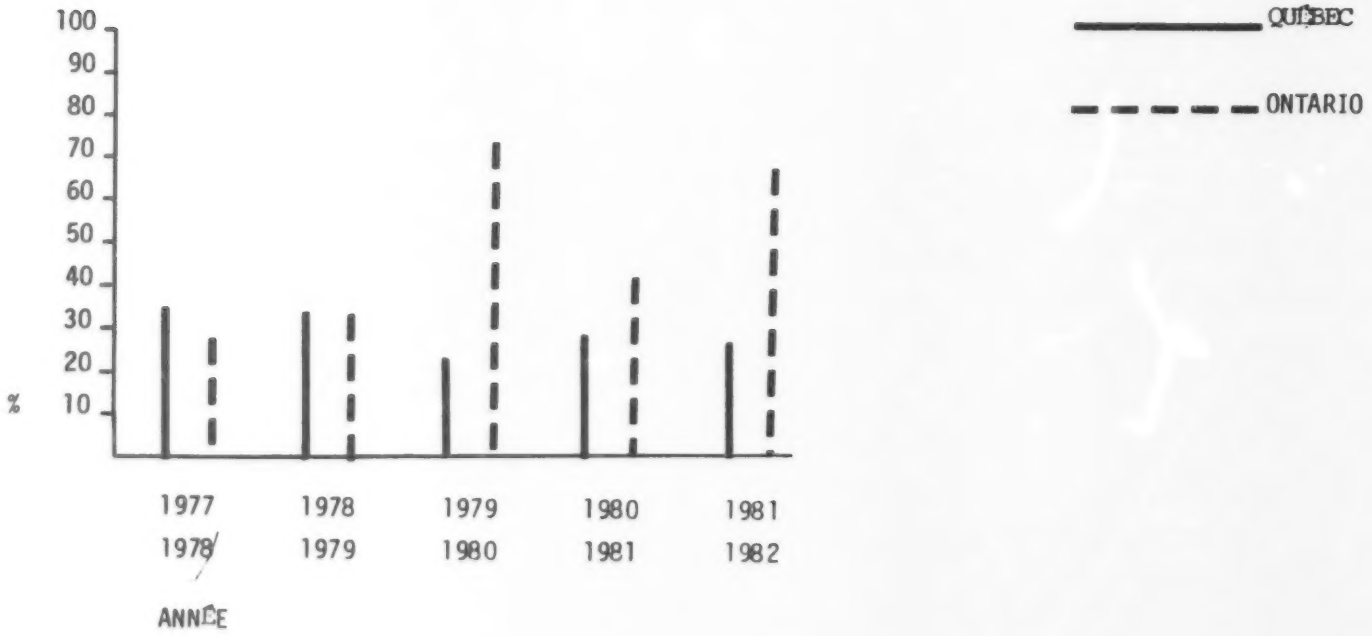
TABLEAU 19

BOURSES "A" ACCORDÉES PAR LE CONSEIL DES ARTS DU CANADA DE 1978 à 1982

B O U R S E "A"

ANNÉE	1977 1978	1978 1979	1979 1980	1980 1981	1981 1982
NOMBRE TOTAL DE BOURSES ACCORDÉES	22	12	18	14	15
NOMBRE DE BOURSES ACCORDÉES AU QUÉBEC	8	4	4	4	4
% DE BOURSES AU QUÉBEC	36.3%	33.3%	22.2%	28.6%	26.6%
% DE BOURSES EN ONTARIO	27.2%	33.3%	72.2%	42.9%	66.6%

BOURSES "A"



Graphique des % de bourses accordées aux artistes des provinces du Québec et de l'Ontario de 1977-78 à 1981-82.

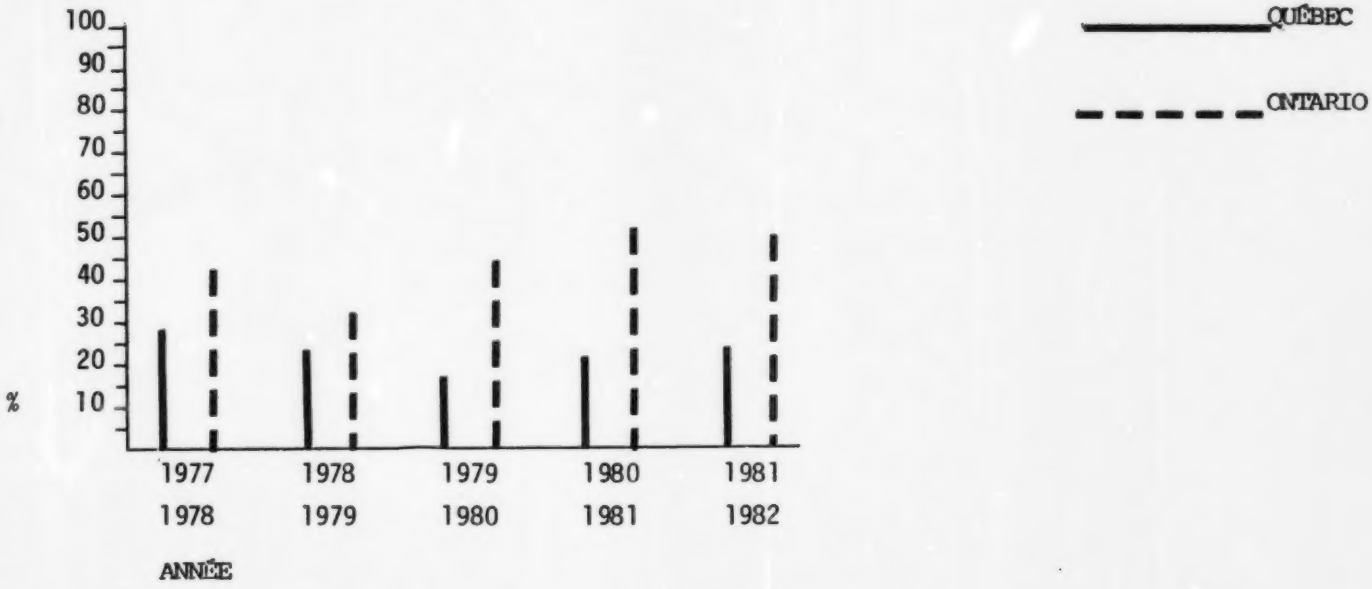
BOURSES "B" ACCORDÉES PAR LE CONSEIL DES ARTS DU CANADA DE 1978 A 1982

TABLEAU 21

B O U R S E S "B"

ANNÉE	1977 1978	1978 1979	1979 1980	1980 1981	1981 1982
NOMBRE TOTAL DE BOURSES ACCORDÉES	72	63	72	60	78
NOMBRE DE BOURSES ACCORDÉES AU QUÉBEC	20	15	12	13	18
% DE BOURSES AU QUÉBEC	27.7%	23.8%	16.6%	21.6%	23%
% DE BOURSES EN ONTARIO	43%	31.7%	44.4%	51.6%	50%

BOURSES "B"



Graphiques des % de bourses accordées aux provinces du Québec et de l'Ontario de 1977-78 à 1981-82.

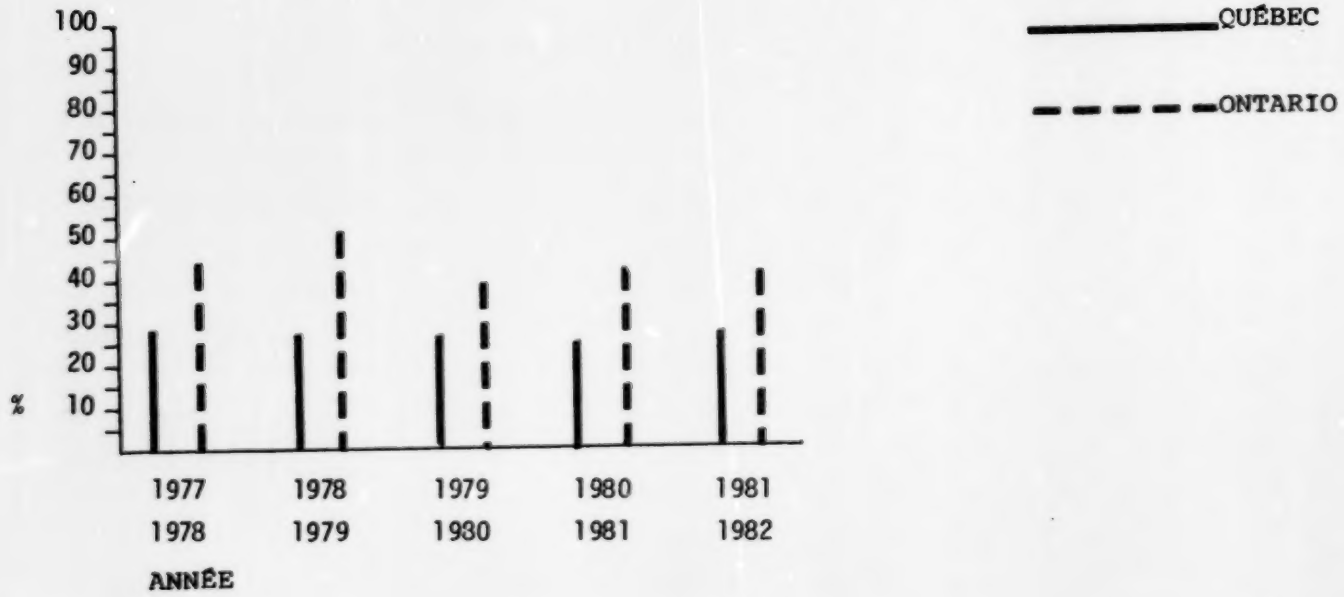
BOURSES DE FRAIS ACCORDÉES PAR LE CONSEIL DES ARTS DU CANADA DE 1978 À 1982

TABLEAU 23

BOURSES DE FRAIS

ANNÉE	1977 1978	1978 1979	1979 1980	1980 1981	1981 1982
NOMBRE DE BOURSES ACCORDÉES	74	75	79	79	80
NOMBRE DE BOURSES ACCORDÉES AU QUÉBEC	21	17	20	19	21
% DE BOURSES AU QUÉBEC	28.3%	22.6%	25.3%	24%	26.2%
% DE BOURSES EN ONTARIO	44.5%	52%	39.2%	43%	41.2%

BOURSES DE FRAIS



Graphique des % des bourses accordées aux artistes des provinces du Québec et de l'Ontario de 1977-78 à 1981-82.

BOURSES DE COURTE DURÉE ACCORDÉES PAR LE CONSEIL DES ARTS DU CANADA DE 1978 À 1982

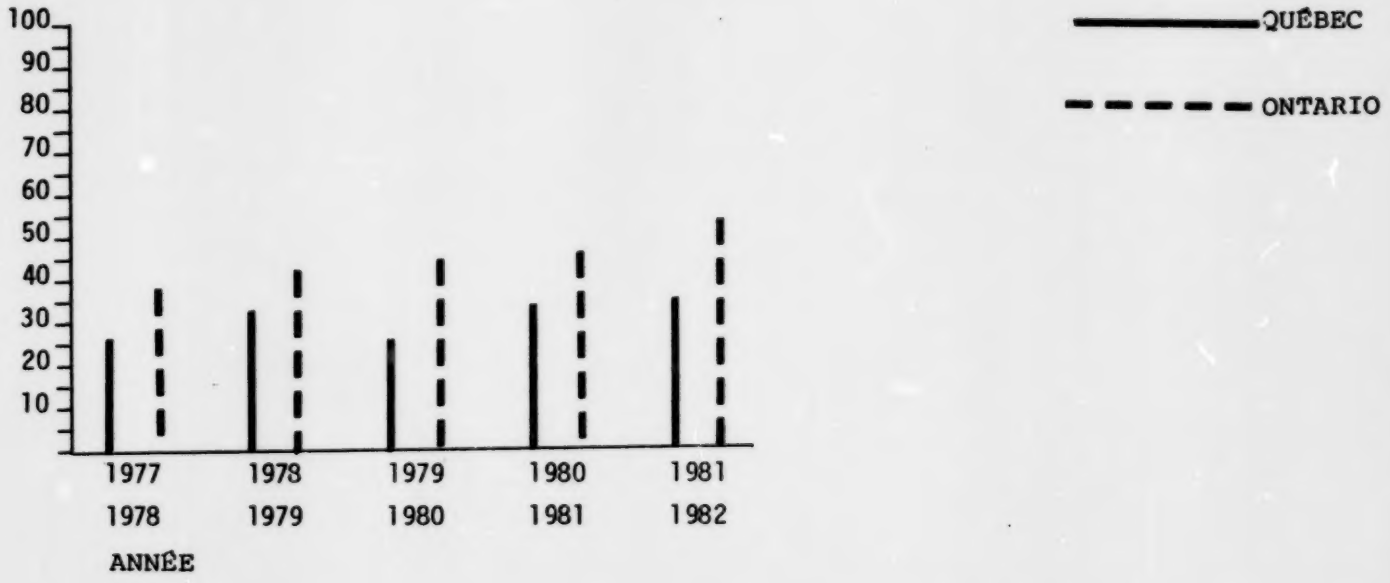
TABLEAU 25

B O U R S E S D E C O U R T E D U R É E

ANNÉE	1977 1978	1978 1979	1979 1980	1980 1981	1981 1982
NOMBRE DE BOURSES ACCORDÉES	98	79	91	80	99
NOMBRE DE BOURSES ACCORDÉES AU QUÉBEC	25	26	23	27	29
% DE BOURSES AU QUÉBEC	25.5%	32.9%	25.2%	33.7%	29.2%
% DE BOURSES EN ONTARIO	37.7%	41.7%	45%	46.2%	53.5%

TABLEAU 26

B O U R S E S D E C O U R T E D U R É E



Graphiques des % de bourses accordées aux provinces du Québec
et de l'Ontario de 1977-78 à 1981-82

TABLEAU 27

DISTRIBUTION PAR RÉGION DES ARTISTES QUI ONT VENDU POUR PLUS DE 25 000 $ À LA BANQUE D'OEUVRES D'ART DE 1975 À 1981

Statut / Région	Membres d'un jury		Non-membres d'un jury		Total	
	Nombre	%	Nombre	%	Nombre	%
Maritimes	0	-	0	-	0	-
Quebec	6	24	0	-	6	22.22
Ontario	12	48	1	50	13	48.15
Manitoba Sask.Alberta	5	20	1	50	6	22.22
Colombie Br.	2	8	0	-	2	7.40
Territoires du nord-ouest - Yukon	0	-	0	-	0	-
Total	25	100	2	100	27	100

TABLEAU 28

ACQUISITIONS DE LA BANQUE D'OEUVRES SELON LES TENDANCES ARTISTIQUES. ARTISTES QUI ONT VENDU POUR PLUS DE 25,000$ DE 1975 À 1981

Acquisitions / Tendance	Membres d'un jury		Non-membres d'un jury		Total	
	$	%	$	%	$	%
Abstrait	833 637.08	65.73	31 600	53.11	865 237.08	62.8
Conceptuel	318 166	25.09	-	-	318 166	23.09
Figuratif	116 400	9.18	-	-	116 400	8.45
Non identifié	-	-	27 900	46.89	27 900	2.06
Total	1 268 203	100	59 500	100	1 377 703	100

TABLEAU 29

ACQUISITIONS DE LA BANQUE D'OEUVRES D'ART SELON LE SEXE.
ARTISTES QUI ONT VENDU POUR PLUS DE 25,000$ DE 1975 À 1981.

Statut / Sexe	Membres d'un jury		Non-membres d'un jury		Total	
	Acquisitions $	Acquisitions %	Acquisitions $	Acquisitions %	Acquisitions $	Acquisitions %
Homme	1 263 423.08	97.5	59 500	100	1 322 923.08	97.6
Femme	32 600	2.5	0	-	32 600	2.4
Total	1 296 023.08	100	59 500	100	1 355 523.05	100

Répartition des artistes inscrits au programme selon le sexe

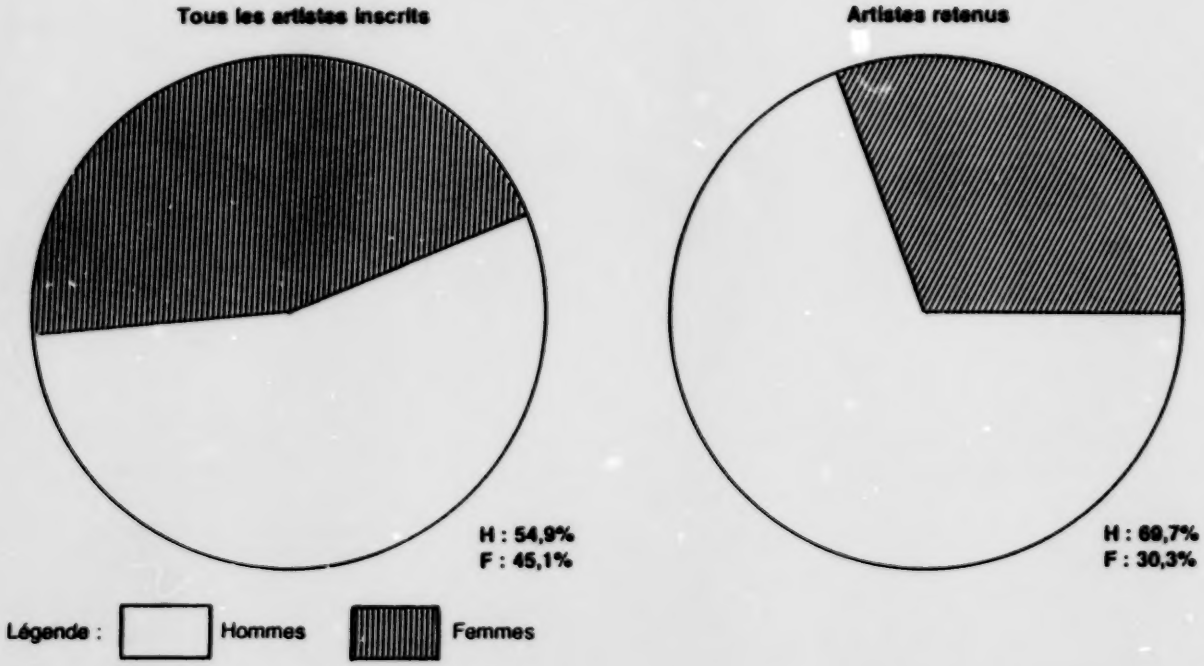


Tableau tiré d'une étude de Céline Juneau, Profil des artistes de la collection "Prêt d'oeuvres d'art", parue dans Chiffres à l'appui, Bulletin du Service de la recherche et de la planification, ministère des Affaires culturelles du Québec, Volume 1 — Numéro 2, Octobre 1983.

Répartition des artistes *retenus* selon la discipline et le sexe

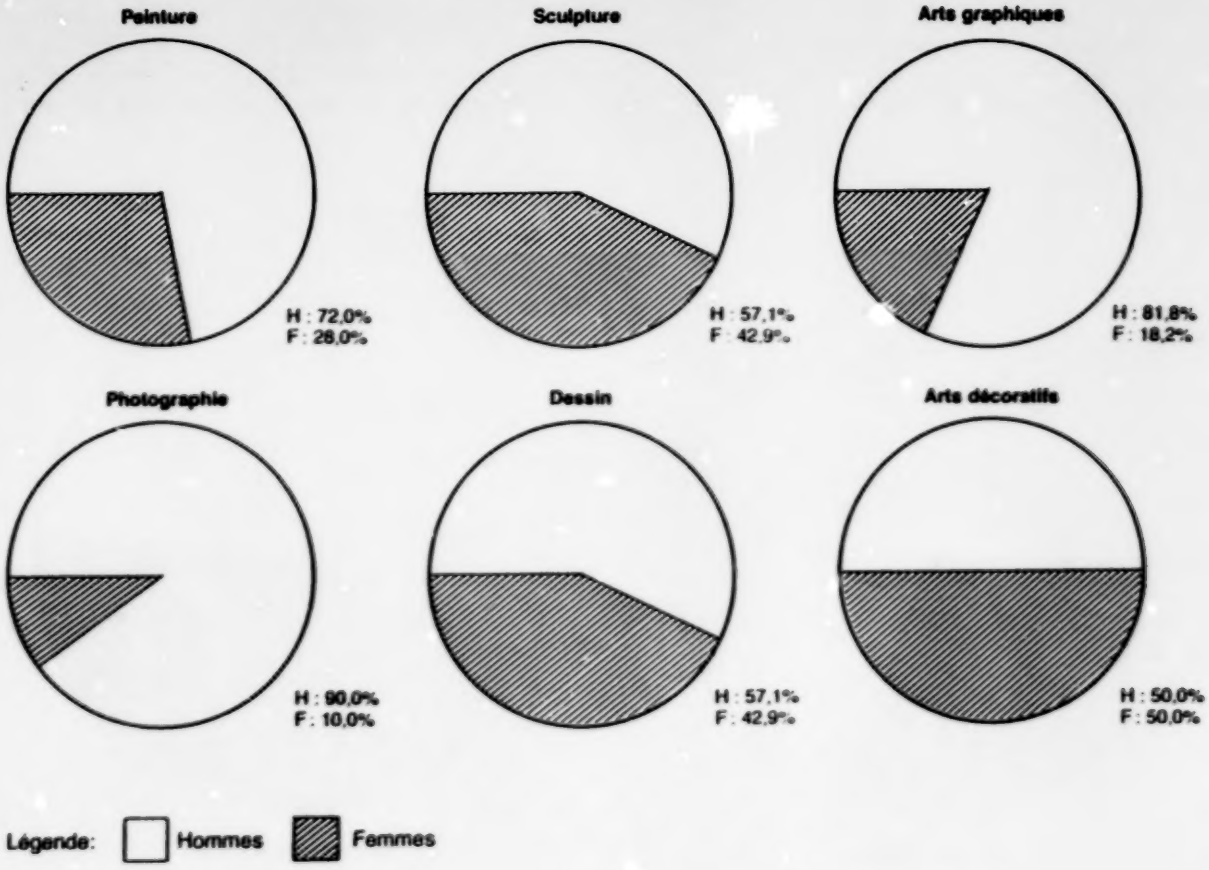


Tableau tiré d'une étude de Céline Juneau, Profil des artistes de la collection "Prêt d'oeuvres d'art", parue dans Chiffres à l'appui, Bulletin du Service de la recherche et de la planification, ministère des Affaires culturelles du Québec, Volume 1 — Numéro 2, Octobre 1983.

III - LES POLITIQUES D'ACQUISITION DES MUSÉES DU QUÉBEC

Dans ce chapitre, nous nous sommes posé la question suivante: par leurs politiques d'acquisition, les musées jouent-ils un rôle de soutien important face à l'art contemporain québécois? Notre analyse a porté sur les deux musées d'Etat, le Musée du Québec et le Musée d'Art contemporain, et sur le Musée des Beaux-arts de Montréal, ces trois musées étant dotés des budgets d'acquisition les plus importants parmi les musées québécois.

Nous avons bénéficié de la collaboration de membres du personnel de ces musées qui nous ont fourni les listes des oeuvres acquises de 1979 à 1983. A partir de ces listes, nous avons pu analyser les achats et les dons d'oeuvres qui ont enrichi les collections de ces différents musées.

Les achats

Au Musée du Québec, nous observons une légère croissance des fonds réservés à l'achat d'oeuvres d'art, croissance qui a beaucoup plus profité à l'art ancien et moderne qu'à l'art contemporain[1]. Ce secteur de la production artistique est nettement défavorisé par la politique d'acquisition du Musée du Québec qui ne lui accorde qu'une faible part de son budget. De 1979 à 1983, ce musée a dépensé 256 865$ pour l'achat d'oeuvres contemporaines, soit 22% du budget total d'acquisitions effectuées durant cette période.

---

1 Voir tableaux 32 et 33.

L'intervention du Musée du Québec dans le marché de l'art contemporain est donc peu importante. Les responsables de ce musée semblent avoir délégué au Musée des Beaux-arts de Montréal et au Musée d'Art Contemporain la responsabilité de tenir un rôle de soutien dans ce secteur de la production artistique. Cette situation est déplorable pour les artistes qui vivent à Québec et dans les régions environnantes. Leurs oeuvres sont donc nécessairement soumises aux musées montréalais qui doivent se soucier de faire entrer dans les collections des oeuvres des artistes de toutes les régions du Québec.

Depuis cinq ans, le Musée d'Art Contemporain a administré un budget d'acquisition s'élevant à près d'un million de dollars; 72,6% de ce budget a été réservé à l'achat d'oeuvres québécoises[2]. C'est devenu un lieu commun de dire que le Musée d'Art Contemporain est un des principaux acheteurs de l'art contemporain québécois. Des trois musées étudiés, c'est celui qui a réservé la plus grosse part de son budget d'acquisition à cette catégorie de la production artistique. De 1978 à 1983, le Musée n'a toutefois pas bénéficié pour l'achat de l'art québécois d'un budget annuel très élevé, soit 139 117,60$, un budget en fait moins important que celui de la Collection du Prêt ou même de certaines corporations. C'est peut-être ce qui explique que la collection du Musée d'Art Contemporain soit principalement constituée de gravures[3].

---

2 Voir tableaux 34 et 35.

3 Voir tableau 38.

Nous observons, depuis 1979, une diminution du budget global d'acquisition, et, depuis 1980 également, une diminution du budget réservé à l'achat d'oeuvres d'artistes québécois, et ce au profit de l'art international. Cette décroissance toutefois n'est pas observable lorsqu'on considère le nombre d'oeuvres acquises. En termes de quantité d'oeuvres acquises, l'art québécois représente la majorité des achats[4]. Par exemple, en 1982-83, le Musée a acquis, pour une somme d'argent presque identique, d'une part, 10 oeuvres d'art international et, d'autre part, 86 oeuvres d'art québécois. Vu la petitesse des ressources financières dont ils disposent, les responsables du Musée semblent être obligés de retrancher à l'art québécois une part de son budget pour permettre l'acquisition d'oeuvres d'art international. Quant à la part réservée à l'art canadien, elle est presque sans importance, à peine 1,4% du budget total des achats.

En ce qui concerne le Musée des Beaux-arts de Montréal, bien que l'art ancien constitue principalement sa collection, nous observons, depuis 1979, une implication accrue de ce musée dans le champ de l'art contemporain. Le budget d'acquisition de l'art contemporain a augmenté; 50% de ce budget va à l'art contemporain québécois, 45% à l'art international et 5,2% à l'art canadien[5].

---

4 Voir tableaux 36 et 37.

5 Voir tableau 45.

Les dons

Les mesures incitatives du Gouvernement, en ce qui a trait aux dons d'oeuvres d'art,ne favorisent guère l'art contemporain québécois. Nous faisons ici référence à la loi fédérale sur l'importation et l'exportation des oeuvres d'art, au règlement concernant les dons à la Couronne et les dons de charité (fédéral et provincial), au règlement provincial de l'impôt concernant les donations de biens culturels. Ces mesures constituent plus une forme d'aide aux musées qui peuvent ainsi enrichir leurs collections, qu'une contribution à la carrière des artistes québécois contemporains; les oeuvres de ces artistes ne représentent qu'une portion minime des dons effectués aux musées par les collectionneurs. Au Musée du Québec, de 1979 à 1983, il n'y a que 18,2% des dons qui concernent des oeuvres d'art contemporain québécois[6]. Pour ce qui est du Musée d'Art Contemporain, les dons ne constituent pas un facteur important dans la croissance de sa collection. De 1979 à 1983, ce musée a reçu 95 oeuvres en dons, ce qui ne représente que 13% du nombre d'objets d'art ajoutés à sa collection en quatre ans[7]. Le Musée des Beaux-arts de Montréal reçoit principalement en dons des oeuvres d'art anciennes. Et dans le cas de l'art contemporain, de 1979 à 1983, il n'a reçu que 22 oeuvres d'art québécois[8].

---

6 Voir tableaux 39 et 40.

7 Voir tableaux 36, 41 et 42.

8 Voir tableau 46.

Il semble que les collectionneurs soient plus disposés à donner des oeuvres d'art international. Il est difficile de comprendre et d'expliquer pourquoi, parmi les dons effectués par les collectionneurs aux musées, l'art contemporain québécois soit si peu présent. Ce phénomène est peut-être attribuable au fait que dans les collections privées même, l'art québécois contemporain ne serait au départ que peu représenté. Mais toutefois, il y a lieu de se demander si ces oeuvres d'art international, dont la valeur marchande est plus grande, ne constituent en fait des dons simplement plus avantageux sur un plan fiscal que les oeuvres contemporaines québécoises de valeur moyenne moindre.

TABLEAU 32

MUSÉE DU QUÉBEC

ACHATS

TABLEAU DES SOMMES CONSACRÉES À L'ACHAT D'OEUVRES D'ART
DE 1979 À 1983

ANNÉES	1979	1980	1981	1982	1983
Art ancien et moderne en $	159,125	149,950	232,201	140,660	207,318
Art contemporain en $	0	81,900	87,565	70,500	16,900
Total	159,125	231,850	319,701	215,160	224,218

TABLEAU 33

MUSÉE DU QUÉBEC

GRAPHIQUE COMPARATIF DES SOMMES CONSACRÉES À L'ACHAT
D'OEUVRES D'ART ANCIEN ET MODERNE ET D'OEUVRES CONTEMPORAINES (EN $)

ACHATS

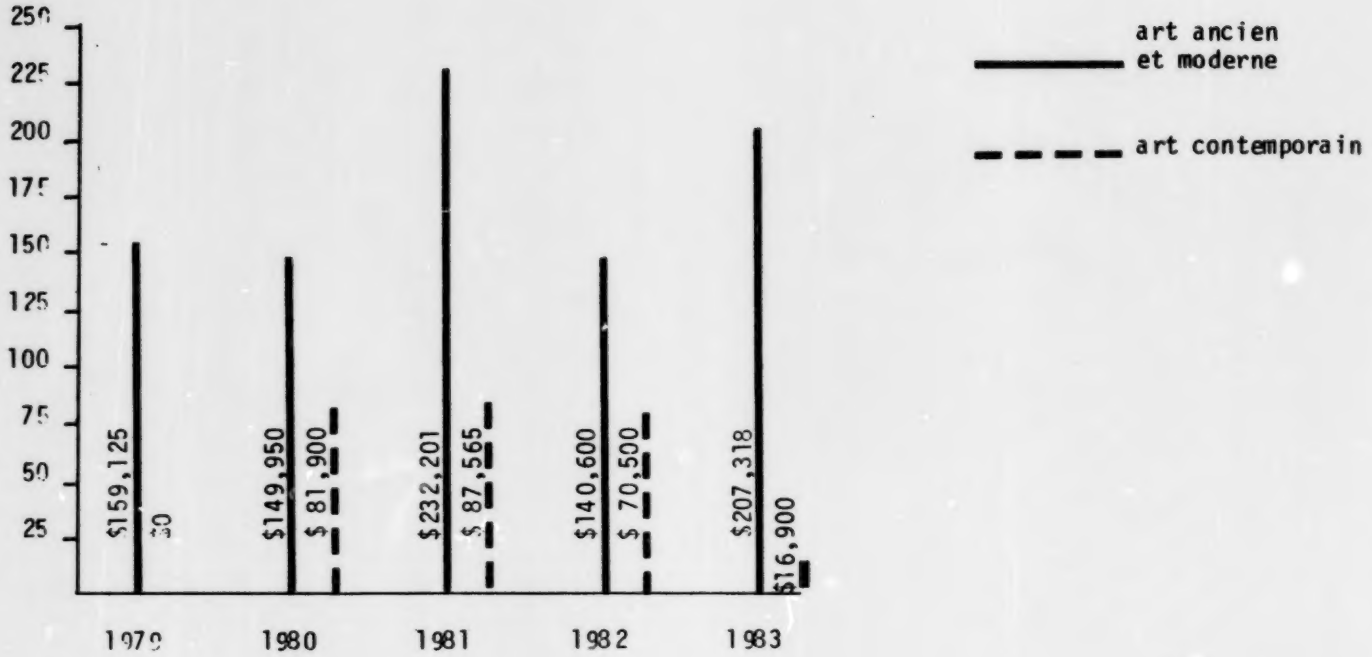


TABLEAU 34

MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN

SOMMES CONSACRÉES À L'ACHAT D'OEUVRES D'ART (EN $)

ANNÉE	ART QUÉBÉCOIS	ART CANADIEN	ART INT	TOTAL	% ART QUÉBÉCOIS
1978	170,210	500	24,635	195,345	87.1%
1979	187,200	5,400	34,020	226,620	82.6%
1980	73,205	0	9,550	82,755	88.4%
1981-82	148,978	6,600	67,770	223,348	66.7%
1982-83	116,295	1,200	112,920	230,415	50.4%
TOTAL	695,888	13,700	248,895	958,483	72,6%

TABLEAU 35

MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN

SOMMES CONSACRÉES À L'ACHAT D'OEUVRES D'ART (EN $)

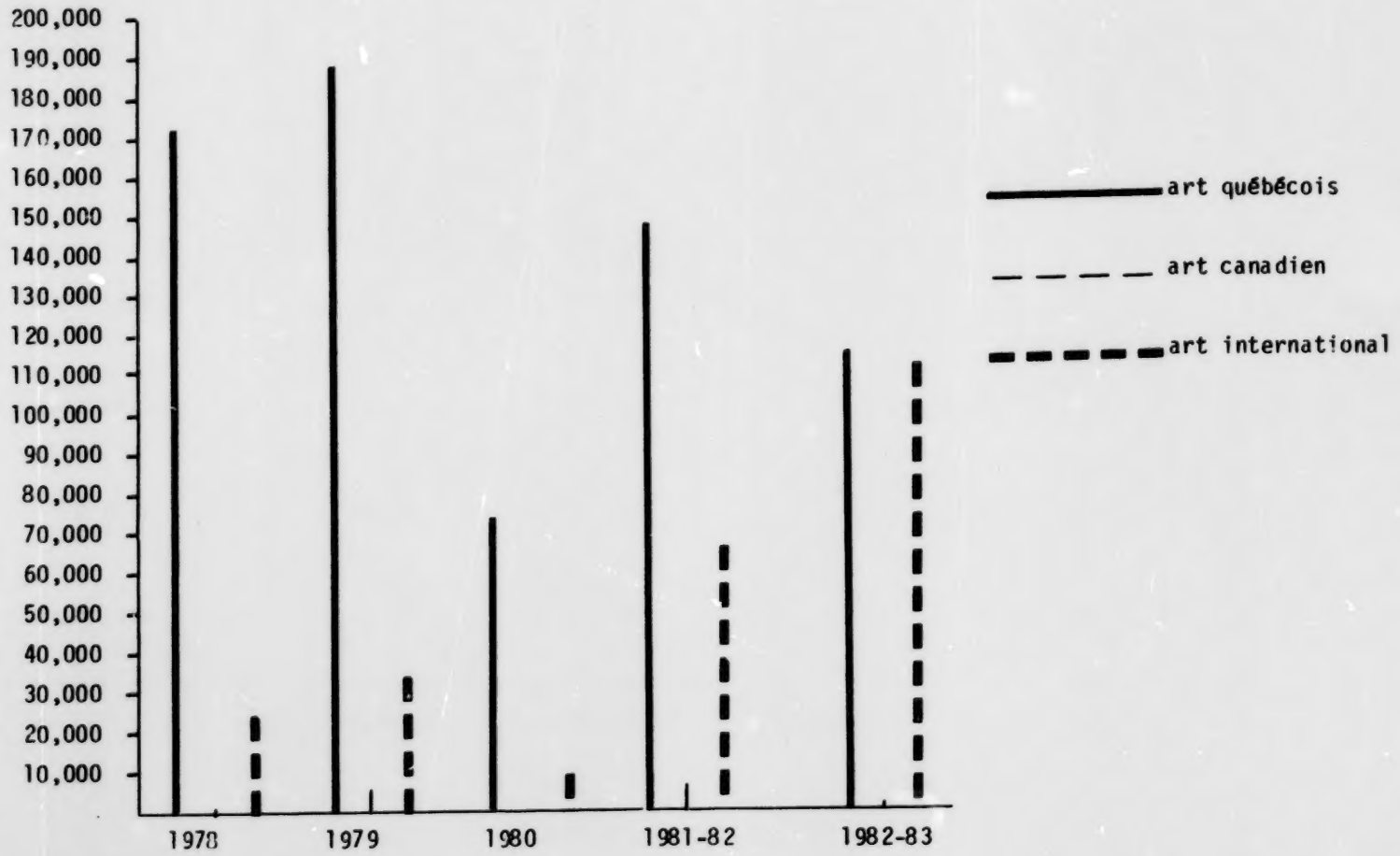


TABLEAU 36

MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN

NOMBRE D'OEUVRES ACQUISES PAR ACHATS

ANNÉE	Art québécois	Art canadien	Art international	Total	% Art québécois
1979-1980	166	0	24	190	87,3
1980-1981	69	3	28	100	69
1981-1982	40	2	42	84	47.6
1982-1983	46	2	10	58	79,3
Total	321	7	104	432	74,3

TABLEAU 37

MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN

NOMBRE D'ACQUISITIONS (ACHATS)

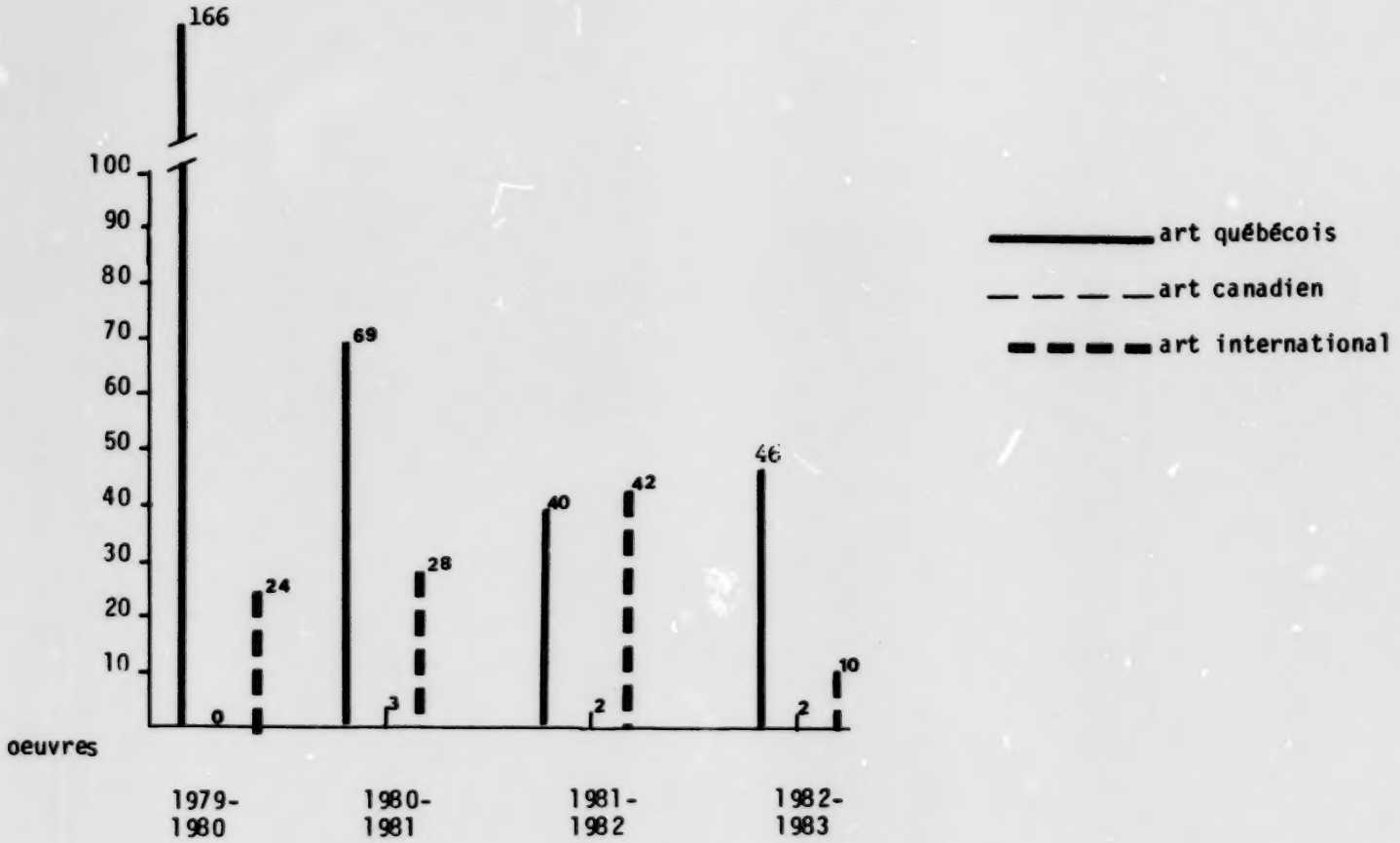


TABLEAU 38

MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN

NOMBRE D'OEUVRES ACHETÉES PAR DISCIPLINE
ART QUÉBÉCOIS

ANNÉE	1979-80	1980-81	1981-82	1982-83	TOTAL
Peintures	26	4	5	5	40
Sculptures et installations	10	0	2	5	17
Gravures et éditions d'art	43	7	4	16	70
Dessins, pastels, gouaches, aquarelles, collages	11	15	7	7	40
Photos	70	42	7	10	129
Tapisseries	3	0	0	0	3
Autres (maquettes, matériaux divers, vidéos)	3	1	15	3	22
Total	166	69	40	46	321

TABLEAU 39

MUSÉE DU QUÉBEC

DONS

TABLEAU DES DONS D'OEUVRES RECUS PAR LE MUSÉE DU QUÉBEC
DE 1979 À 1983

ANNÉES	1979	1980	1981	1982	1983	
Art ancien et moderne	130	5	212	2	33	Total: 382
Art contemporain	0	58	5	20	2	Total: 85
Total	130	63	217	22	35	Grand total: 467

MUSÉE DU QUÉBEC

GRAPHIQUE COMPARATIF DU NOMBRE D'OEUVRES DONNÉES EN ART ANCIEN ET MODERNE (REGROUPÉS) ET EN ART CONTEMPORAIN

DONS

TABLEAU 40

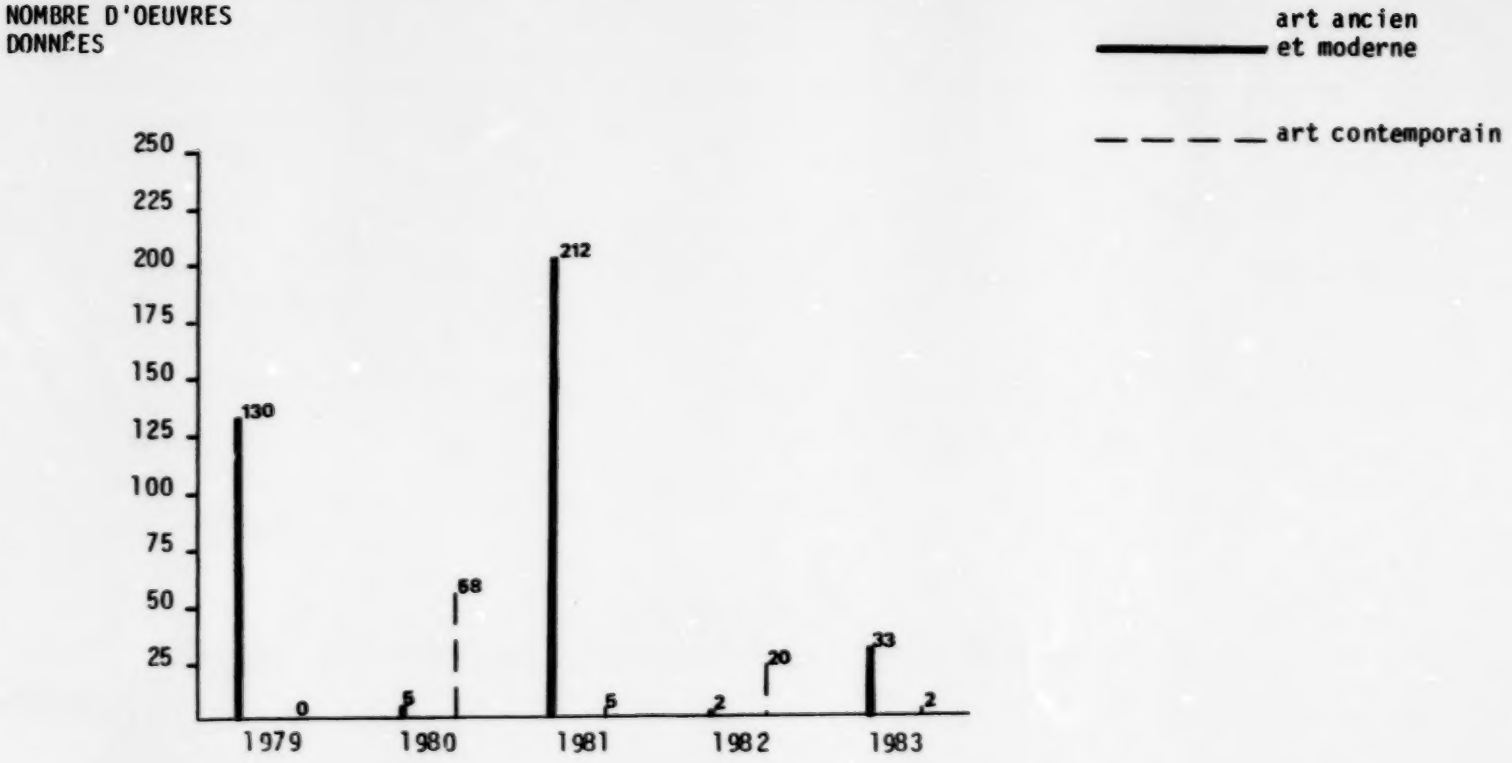


TABLEAU 41

MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN

NOMBRE D'OEUVRES ACQUISES PAR DONS

ANNÉE	Art québécois	Art canadien	Art international	Total	% Art québécois
1979-1980	11	1	2	14	78.5
1980-1981	1	0	6	7	14.2
1981-1982	9	0	5	14	64.2
1982-1983	17	3	40	60	28.3
Total	38	4	53	95	40

TABLEAU 42

MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN

NOMBRE D'OEUVRES ACQUISES PAR DONS

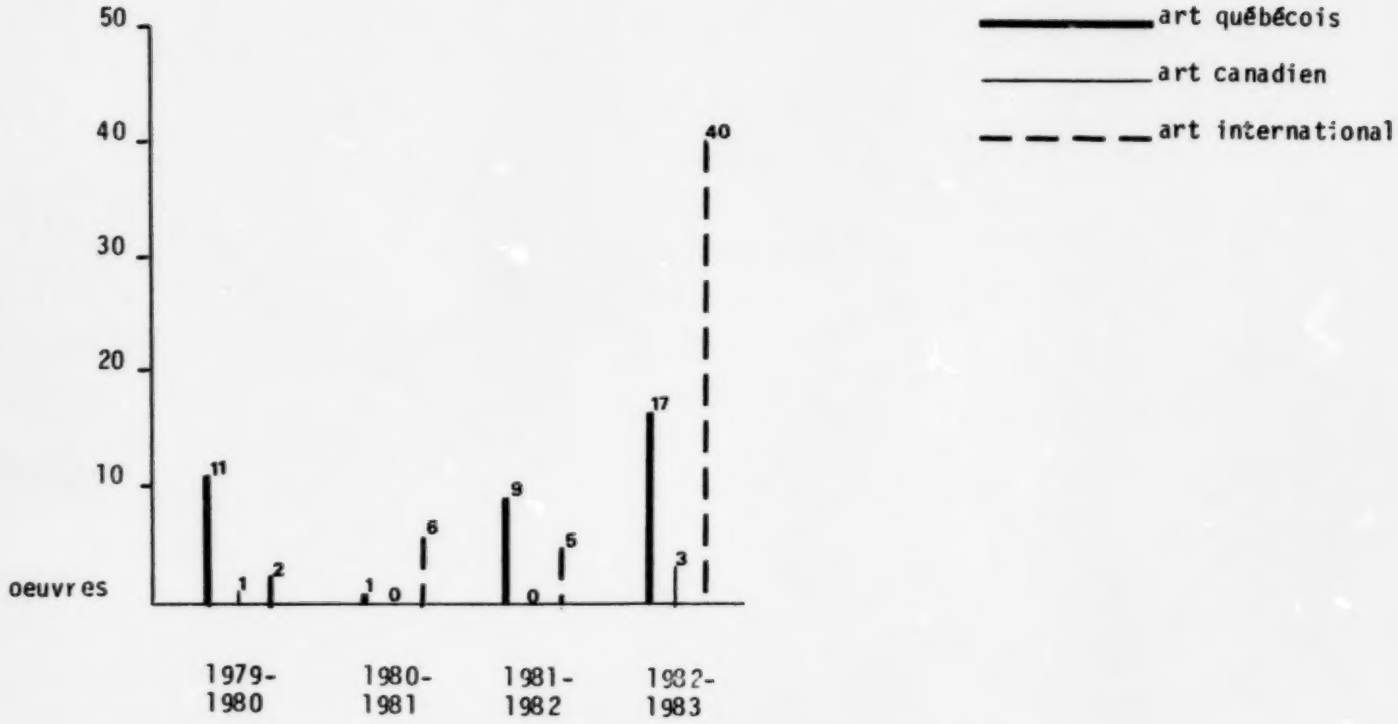


TABLEAU 43

MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN

NOMBRE D'OEUVRES DONNÉES
ART QUÉBÉCOIS

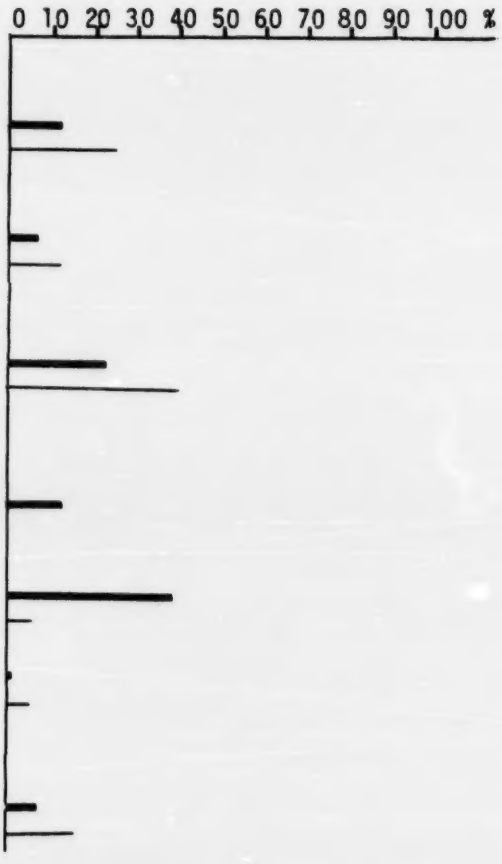
ANNÉE	1979-80	1980-81	1981-82	1982-83	TOTAL
Peinture	3	0	2	1	6
Sculpture et installation	1	0	1	1	3
Gravure et édition d'art	3	0	6	1	10
Dessin, pastel, gouache, aquarelle collage	0	0	0	0	0
Photo	1	0	0	0	1
Tapisserie	1	0	0	0	1
Autres (matériaux divers, maquettes, vidéo)	3	1	0	0	4
Total	12	1	9	3	25

TABLEAU 44

RÉPARTITION EN % DES ACQUISITIONS
SELON LES DISCIPLINES
DE 1979-80 À 1982-83
ART QUÉBÉCOIS

MUSÉE D'ART CONTEMPORAIN

	Total de 321 achats	Total de 25 dons
Peinture	12.4%	24%
Sculpture et installation	5.2%	12%
Gravure et édition d'art	21.8%	40%
Dessin, pastel, gouache, aquarelle collage	12.4%	0%
Photo	40.2%	4%
Tapisserie	.9%	4%
Autres: maquette, matériaux divers, vidéo	6.8%	16 %



DONS ——

ACHATS ▬▬

TABLEAU 45

MUSÉE DES BEAUX-ARTS DE MONTRÉAL

BUDGETS D'ACHAT D'OEUVRES PRODUITES APRÈS 1939 (EN $)

	Art québécois	Art canadien	Art international	Total
1979-80	67,765	11,705	0	79,470
1980-81	30,520	0	38,800	77,320
1981-82	135,000	15,000	257,300	407,300
1982-83	90,000	8,000	3,700	101,700
Total	331,285	34,705	299,800	665,790

TABLEAU 46

MUSÉE DES BEAUX-ARTS DE MONTRÉAL

ACHATS D'OEUVRES (PRODUITES APRÈS 1939)

Année	Nombre d'oeuvres artistes québécois	Nombre total d'oeuvres achetées
1979-80	16	23
1980-81	6	8
1981-82	5	12
1982-83	17	20
Total	44	63

DONS D'OEUVRES (PRODUITES APRÈS 1939)

Année	Nombre d'oeuvres artistes québécois	Nombre total d'oeuvres données
1979-80	3	8
1980-81	2	3
1981-82	10	36
1982-83	7	10
Total	22	57

IV - CARRIÈRE ARTISTIQUE ET MARCHÉ DE L'ART

Profil de carrière d'artistes

Les délais qui nous sont imposés ne nous permettent pas d'analyser en profondeur les résultats de l'analyse informatisée des curricula vitae d'artistes[1] que nous avons effectuée. Nous n'avons retenu pour les fins de cette étude que les résultats qui nous apparaissent à la fois les plus pertinents et les plus probants. Ce chapitre doit donc être considéré comme une étude exploratoire.

Le traitement statistique des données produit le portrait-robot suivant[2]. L'artiste québécois qui expose dans les galeries commerciales est un homme âgé de 36 à 50 ans. Il est peintre. Il a obtenu sa formation artistique dans une école des beaux-arts ou à l'université. Il exerce son métier d'artiste à temps partiel. Il diffuse ses oeuvres principalement dans le réseau des galeries traditionnelles. Il ne bénéficie d'aucun support de l'État: il ne reçoit aucune bourse, ses oeuvres ne sont ni exposées, ni acquises par les musées, elles ne sont pas davantage présentes dans les collections publiques[3]. On ne les retrouve pas non plus dans les collections d'entreprises. Ses oeuvres de format moyen

---

1 Voir chapitre I - Méthodologie.

2 Voir tableaux 47 à 78.

3 Nous incluons dans les collections publiques, la Banque d'oeuvres d'art, la Collection de Prêts, les collections des ministères des divers paliers de gouvernement, de même que les oeuvres réalisées dans le cadre de leurs programmes d'intégration de l'art à l'environnement (1% et Travaux publics - Canada). Nous excluons les collections de musées qui sont traitées ailleurs.

(environ 20" x 24") ou ses plus petites oeuvres se vendent à moins de 1 000$[4]. Elles circulent sur un marché presque exclusivement provincial.

Rares sont les artistes qui peuvent exercer leur profession à temps plein. Ce n'est guère qu'après 50 ans qu'ils commencent à pouvoir se consacrer entièrement à leur pratique artistique. Les difficultés inhérentes à la pratique des arts visuels, la lenteur à obtenir une reconnaissance quelconque qui se traduit par la quasi-absence des jeunes de 35 ans et moins sur le marché, contribuent probablement à l'élimination d'un grand nombre d'appelés, ce qui expliquerait la sous-représentation des artistes de plus de 50 ans sur le marché.

Le quasi-confinement des artistes de plus de 65 ans dans les réseaux des galeries d'art traditionnel, la jeunesse relative des artistes du réseau des galeries d'art contemporain et des galeries mixtes[5] s'expliquent par le fait que les esthétiques contemporaines ne se sont imposées que tardivement au Québec, soit au cours des années '40, mais aussi par la présence de plusieurs des pionniers de l'art moderne et de l'abstraction à la fois dans le réseau d'art contemporain et dans celui des galeries mixtes.

A quelques exceptions près, on accède rarement au musée avant l'âge de 35 ans et cela même par le biais d'expositions collectives.

---

4 Pour les artistes d'art contemporain qui travaillent uniquement en grands formats, nous avons utilisé le prix de leur plus petit format.

5 Nous entendons par galeries mixtes, des galeries qui défendent autant des oeuvres d'esthétiques traditionnelles que modernes ou contemporaines.

Par ailleurs, le groupe des 35-50 ans s'y affirme fortement autant par sa présence dans les expositions que dans les collections permanentes. Et on trouve autant d'artistes de ce groupe d'âge (46,6%) parmi les artistes dont les oeuvres figurent dans les musées que d'artistes plus âgés (46,6%). De plus, il ne semble pas y avoir de différence significative entre les différents groupes d'âge de plus de 35 ans. La domination des artistes du réseau d'art contemporain dans les musées et la jeunesse relative des artistes de ce réseau pourraient expliquer l'importance de ce groupe d'âge dans les expositions et dans les collections des musées et cela même si leur carrière est de moins longue durée que les artistes des générations ultérieures. La même situation prévaut dans les collections publiques comme dans les collections d'entreprises.

Contrairement à ce qu'on observe généralement sur le marché de l'art, l'âge et conséquemment la durée de la carrière ne semblent pas intervenir dans la fixation du prix pour les plus de 35 ans. Il y a autant d'artistes de 35 à 50 ans que de 50 à 65 ans et de 66 ans et plus qui vendent leurs plus petites oeuvres ou leurs oeuvres de format moyen à plus de 2 000$[6]. L'observation se confirme lorsqu'on considère les cotes de plus de 1 500$. Ici encore, le réseau de diffusion semble fortement lié au prix. En effet, 48,3% des artistes qui vendent leurs oeuvres de format moyen ou leur plus petites oeuvres à plus de 2 000$ exposent dans le réseau d'art

---

6 Nous avons choisi cette limite de 2 000$ qui est considérée comme prix-plafond pour la clientèle privée de l'art contemporain.

contemporain. A ce nombre, il faudra ajouter les artistes contemporains les plus réputés dont les oeuvres se retrouvent dans le réseau mixte. Par ailleurs, 21,2% des artistes contemporains vendent les oeuvres de ces formats à plus de 2 000$,alors que ce n'est le cas que pour 12% des artistes du réseau traditionnel et que pour 7,9% des artistes du réseau mixte. Ce sont justement ces artistes contemporains qui sont majoritairement présents dans les musées. Une plus grande proportion d'entre eux se retrouve également dans les autres collections publiques et les collections d'entreprises que chez les artistes dont les prix sont inférieurs à 2 000$. Une plus grande proportion des artistes les plus chers ont obtenu des subventions. Ces résultats semblent confirmer l'importance de la reconnaissance institutionnelle dans l'établissement de la cote. Par ailleurs, ils semblent indiquer l'existence parallèle de deux modèles de carrière, un axé sur le marché institutionnel et corporatif et l'autre, sur le marché privé. On ne doit pas pour autant rattacher ces modèles de carrière aux seules catégories esthétiques, art traditionnel et art contemporain. L'appartenance au réseau d'art contemporain ne garantit ni la légitimation par les institutions, ni l'accès aux cotes élevées, et une partie importante des artistes contemporains (environ 50%) ne rejoint pas le marché institutionnel et corporatif; ces artistes doivent compter uniquement sur le marché privé où les budgets des acheteurs sont beaucoup plus limités. Par ailleurs, malgré le soutien des institutions à l'art contemporain, elles ne peuvent ni soutenir tous les artistes qui y sont impliqués, ni même assurer une aide suffisante à ceux qu'elles appuient pour assurer leur subsistance. Alors qu'une majorité d'artistes traditionnels

est réputée vivre de son art, la majorité des artistes du réseau d'art contemporain doit compter sur un métier alimentaire et il en est de même pour les artistes du réseau mixte. L'aide de l'Etat ne saurait assurer seule l'autosuffisance des artistes d'où l'importance de développer une clientèle privée.

Si, enfin, on examine la carrière de sept artistes québécois dont les oeuvres de format moyen ou des plus petits formats se vendent à plus de 10 000$, on constate qu'ils sont tous présents dans les musées, dans les collections publiques et les collections d'entreprises, qu'à deux exceptions près, ils ont reçu au moins une subvention au cours de leur carrière et qu'ils exposent leurs oeuvres à l'extérieur du Québec. Un examen plus poussé s'imposerait cependant afin de déterminer l'impact de chacun de ces facteurs.

Les femmes et le marché de l'art[7]

Nous avons vu que l'artiste québécois est un homme. En effet, les femmes sont minoritaires sur le marché de l'art et c'est parmi les femmes qu'on retrouve la plus forte proportion d'artistes à temps partiel. Pas étonnant, puisque, malgré qu'elles soient proportionnellement plus nombreuses à exposer dans les musées, elles sont proportionnellement moins nombreuses à se retrouver dans leurs collections permanentes comme d'ailleurs dans les autres

---

7 Voir tableaux 67 à 71.

collections publiques et dans les collections d'entreprises. Leur faible présence sur le marché institutionnel pourrait expliquer que les oeuvres des femmes se vendent à des prix beaucoup plus bas que celles des hommes. Un pourcentage de 84,9% des femmes vendent leurs oeuvres de format moyen ou leurs plus petits formats à moins de 1 000$, alors que c'est le cas pour seulement 64,7% des hommes. Par ailleurs, elles sont nettement sous-représentées dans les catégories de prix les plus élevés et totalement absentes de la dernière catégorie des 10 000$ et plus. Il faudrait cependant pondérer ces observations en rappelant l'absence dans notre population des artistes qui oeuvrent dans le domaine de l'art monumental, domaine où quelques femmes ont su s'imposer.

Formation artistique et carrière

La très grande majorité des artistes dont on trouve les oeuvres dans les galeries d'art québécoises a reçu une formation artistique minimale de premier cycle universitaire ou l'équivalent. Par ailleurs, la formation ne semble jouer un rôle significatif ni sur le réseau d'appartenance, ni sur les prix. Les artistes du réseau traditionnel ont reçu une formation similaire à ceux du réseau d'art contemporain, celle des écoles des beaux-arts ou des universités. Certains autodidactes ou certains artistes qui n'ont pas complété une formation académique se retrouvent parmi les artistes dont la cote est la plus élevée. Les catégories que nous avons utilisées ne nous permettent pas actuellement

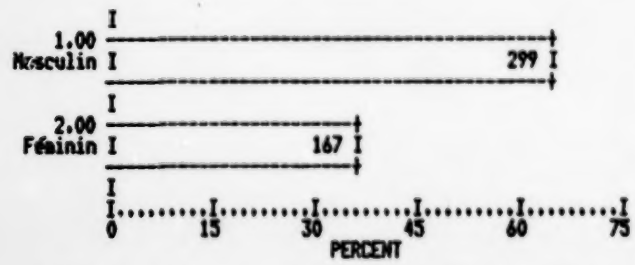
de distinguer les artistes qui ont reçu une formation de premier cycle et ceux qui ont obtenu un diplôme de deuxième cycle. Ces distinctions ne seraient applicables qu'aux plus jeunes générations puisque ce n'est que récemment qu'une telle formation est offerte au Québec.

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:28:39 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL)

FILE:

SEXE Sexe

VALUE LABEL	VALUE	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUM PERCENT
Masculin	1.00	299	64.2	64.2	64.2
Feminin	2.00	167	35.8	35.8	100.0
	TOTAL	466	100.0	100.0	



MEDIAN	1.000	MODE	1.000	MINIMUM	1.000
MAXIMUM	2.000				

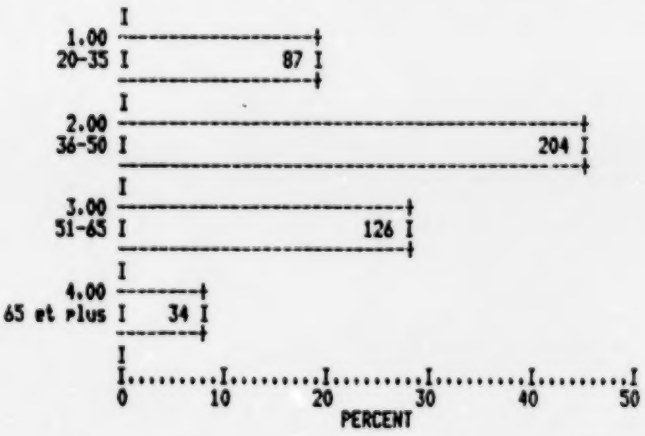
VALID CASES 466 MISSING CASES 0

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:28:39 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) ANDAHL 470/V6 VM/SP CMS

FILE:

AGE Groupe d'âge

VALUE LABEL	VALUE	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUM PERCENT
20-35	1.00	87	18.7	19.3	19.3
36-50	2.00	204	43.8	45.2	64.5
51-65	3.00	126	27.0	27.9	92.5
65 et plus	4.00	34	7.3	7.5	100.0
OUT OF RANGE		15	3.2	MISSING	
	TOTAL	466	100.0	100.0	



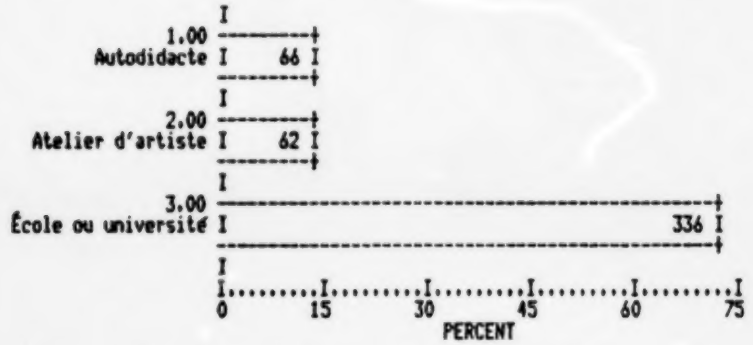
MEDIAN 2.000 MODE 2.000 MINIMUM 1.000
MAXIMUM 4.000

VALID CASES 451 MISSING CASES 15

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:28:39 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) AMDAHL 470/V6 VM/SP CMS
FILE:

FORMATIO Formation

VALUE LABEL	VALUE	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUM PERCENT
Autodidacte	1.00	66	14.2	14.2	14.2
Atelier d'artiste	2.00	62	13.3	13.4	27.6
École ou université	3.00	336	72.1	72.4	100.0
OUT OF RANGE		2	.4	MISSING	
	TOTAL	466	100.0	100.0	



MEDIAN	3.000	MODE	3.000	MINIMUM	1.000
MAXIMUM	3.000				

VALID CASES 464 MISSING CASES 2

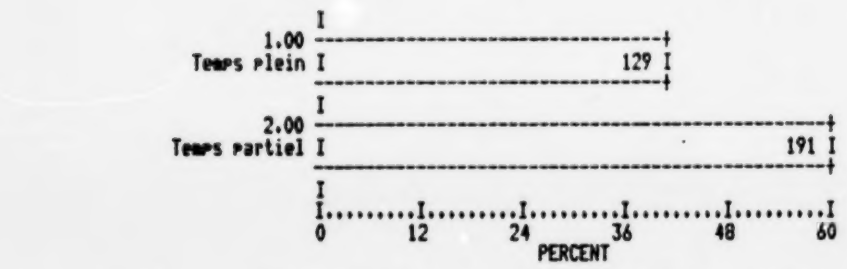
TABLEAU 50

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:28:39 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) AMDAHL 470/V6 VM/SP CMS

FILE:

OCCUPAT Statut professionnel

VALUE LABEL	VALUE	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUM PERCENT
Temps plein	1.00	129	27.7	40.3	40.3
Temps partiel	2.00	191	41.0	59.7	100.0
OUT OF RANGE		146	31.3	MISSING	
	TOTAL	466	100.0	100.0	



MEDIAN	2.000	MODE	2.000	MINIMUM	1.000
MAXIMUM	2.000				

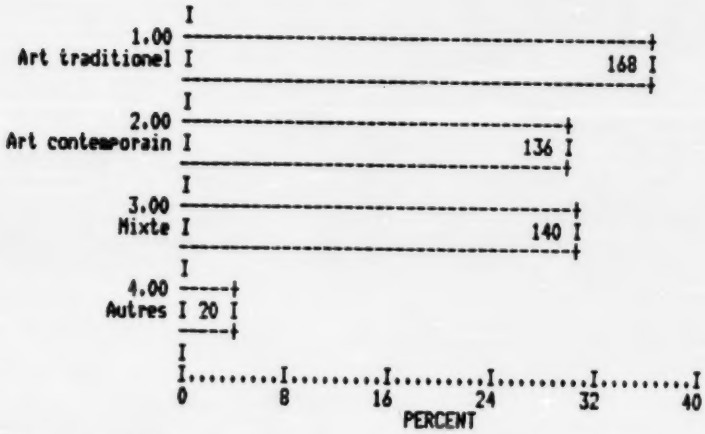
VALID CASES 320 MISSING CASES 146

TABLEAU 51

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:28:40 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) AMDAHL 470/V6 VM/SP CMS
FILE:

RÉSEAU Lieu de diffusion

VALUE LABEL	VALUE	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUM PERCENT
Art traditionel	1.00	168	36.1	36.2	36.2
Art contemporain	2.00	136	29.2	29.3	65.5
Mixte	3.00	140	30.0	30.2	95.7
Autres	4.00	20	4.3	4.3	100.0
OUT OF RANGE		2	.4	MISSING	
	TOTAL	466	100.0	100.0	



MEDIAN	2.000	MODE	1.000	MINIMUM	1.000
MAXIMUM	4.000				

VALID CASES 464 MISSING CASES 2

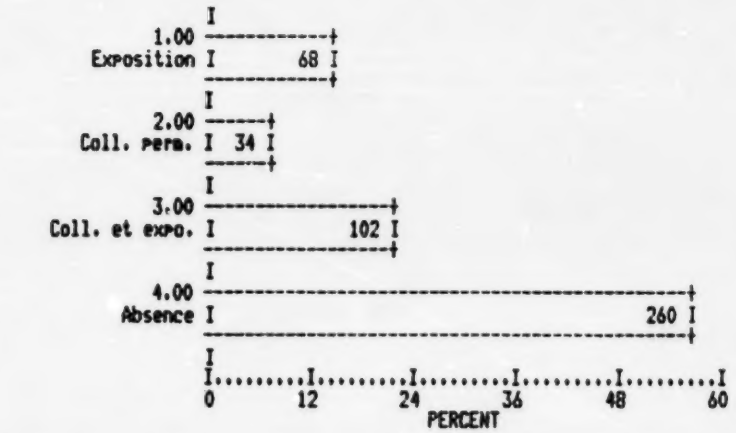
TABLEAU 52

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:28:40 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) AMDAHL 470/V6 VM/SP CMS

FILE:

MUSEE Présence au musée

VALUE LABEL	VALUE	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUM PERCENT
Exposition	1.00	68	14.6	14.7	14.7
Coll. perm.	2.00	34	7.3	7.3	22.0
Coll. et expo.	3.00	102	21.9	22.0	44.0
Absence	4.00	260	55.8	56.0	100.0
OUT OF RANGE		2	.4	MISSING	
	TOTAL	466	100.0	100.0	



MEDIAN	4.000	MODE	4.000	MINIMUM	1.000
MAXIMUM	4.000				

VALID CASES 464 MISSING CASES 2

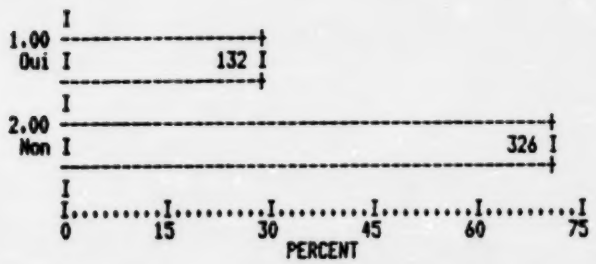
TABLEAU 53

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:28:40 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) AMDAHL 470/V6 VM/SP CMS

FILE:

BOURSE Bourse

VALUE LABEL	VALUE	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUM PERCENT
Oui	1.00	132	28.3	28.8	28.8
Non	2.00	326	70.0	71.2	100.0
OUT OF RANGE		8	1.7	MISSING	
	TOTAL	466	100.0	100.0	



MEDIAN	2.000	MODE	2.000	MINIMUM	1.000
MAXIMUM	2.000				

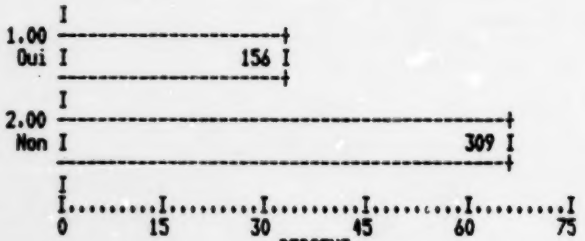
VALID CASES 458 MISSING CASES 8

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:28:40 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) AMDAHL 470/V6 VM/SP CMS

FILE:

COLPUB Présence coll. publique

VALUE LABEL	VALUE	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUM PERCENT
Oui	1.00	156	33.5	33.5	33.5
Non	2.00	309	66.3	66.5	100.0
OUT OF RANGE		1	.2	MISSING	
	TOTAL	466	100.0	100.0	



MEDIAN	2.000	MODE	2.000	MINIMUM	1.000
MAXIMUM	2.000				

VALID CASES 465 MISSING CASES 1

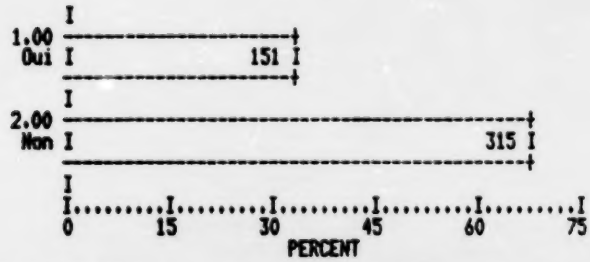
TABLEAU 55

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:28:40 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) AMDAHL 470/V6 VM/SP CMS

FILE:

COLENT Présence coll. entreprise

VALUE LABEL	VALUE	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUM PERCENT
Oui	1.00	151	32.4	32.4	32.4
Non	2.00	315	67.6	67.6	100.0
	TOTAL	466	100.0	100.0	



MEDIAN	2.000	MODE	2.000	MINIMUM	1.000
MAXIMUM	2.000				

VALID CASES 466 MISSING CASES 0

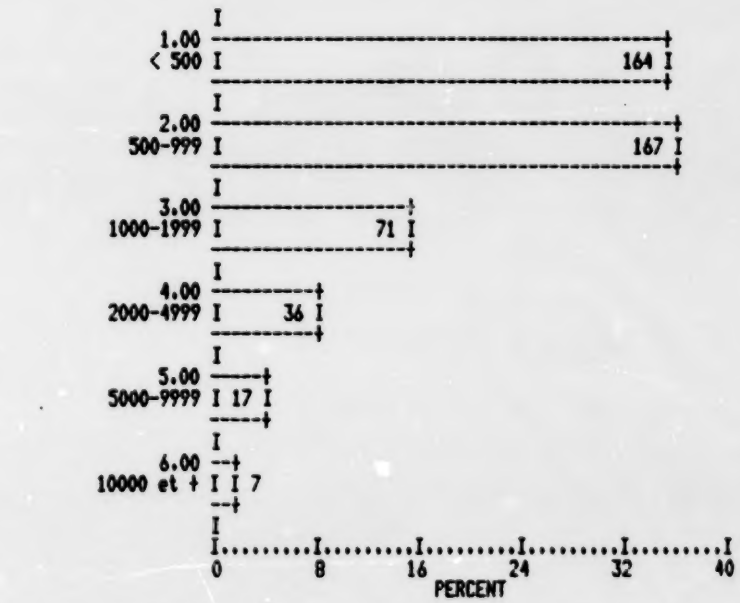
TABLEAU 56

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:28:40 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) AMDAHL 470/V6 VM/SP CMS

FILE:

COTE Classe de prix

VALUE LABEL	VALUE	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUM PERCENT
< 500	1.00	164	35.2	35.5	35.5
500-999	2.00	167	35.8	36.1	71.6
1000-1999	3.00	71	15.2	15.4	87.0
2000-4999	4.00	36	7.7	7.8	94.8
5000-9999	5.00	17	3.6	3.7	98.5
10000 et +	6.00	7	1.5	1.5	100.0
OUT OF RANGE		4	.9	MISSING	
	TOTAL	466	100.0	100.0	



MEDIAN 2.000 MODE 2.000 MINIMUM 1.000
MAXIMUM 6.000

VALID CASES 462 MISSING CASES 4

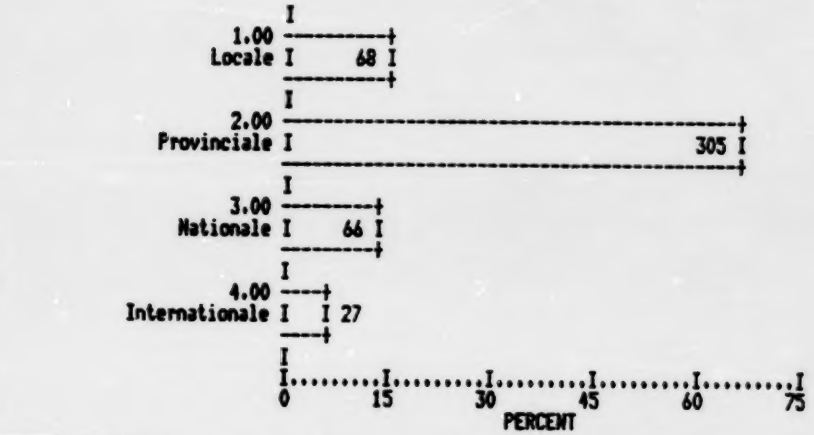
TABLEAU 57

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec

20:28:40 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) ANOVAHL 470/V6 VM/SP CMS
FILE:

DIFFUSIO Portée de la diffusion

VALUE LABEL	VALUE	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUM PERCENT
Locale	1.00	68	14.6	14.6	14.6
Provinciale	2.00	305	65.5	65.5	80.0
Nationale	3.00	66	14.2	14.2	94.2
Internationale	4.00	27	5.8	5.8	100.0
	TOTAL	466	100.0	100.0	



MEDIAN	2.000	MODE	2.000	MINIMUM	1.000
MAXIMUM	4.000				

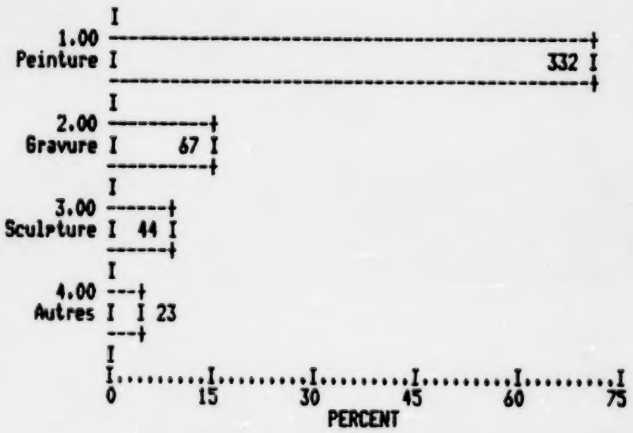
VALID CASES 466 MISSING CASES 0

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:28:40 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) AMDAHL 470/V6 VM/SP CMS

FILE:

MÉDIUM Médium

VALUE LABEL	VALUE	FREQUENCY	PERCENT	VALID PERCENT	CUM PERCENT
Peinture	1.00	332	71.2	71.2	71.2
Gravure	2.00	67	14.4	14.4	85.6
Sculpture	3.00	44	9.4	9.4	95.1
Autres	4.00	23	4.9	4.9	100.0
	TOTAL	466	100.0	100.0	



MEDIAN	1.000	MODE	1.000	MINIMUM	1.000
MAXIMUM	4.000				

VALID CASES 466 MISSING CASES 0

TABLEAU 59

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:35:07 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) ANDAHL 470/V6 VM/SP CMS

CROSSTABULATION OF

Âge Groupe d'âge BY OCCUPAT Statut professionnel

Âge	COUNT / ROW PCT / COL PCT / TOT PCT	OCCUPAT 1.00 Temps plein	OCCUPAT 2.00 Temps partiel	ROW TOTAL
65 et plus	4.00	26	6	32
		81.3	18.8	10.2
		20.3	3.2	
		8.3	1.9	
51-65	3.00	39	50	89
		43.8	56.2	28.3
		30.5	26.7	
		12.4	15.9	
36-50	2.00	45	102	147
		30.6	69.4	46.7
		35.2	54.5	
		14.3	32.4	
20-35	1.00	18	29	47
		38.3	61.7	14.9
		14.1	15.5	
		5.7	9.2	
	COLUMN TOTAL	128	187	315
		40.6	59.4	100.0

CHI-SQUARE	D.F.	SIGNIFICANCE	MIN E.F.	CELLS WITH E.F.< 5
28.48454	3	0.0000	13.003	NONE

STATISTIC	SYMMETRIC	WITH AGE DEPENDENT	WITH OCCUPAT DEPENDENT
LAMBDA	0.06757	0.0	0.15625
UNCERTAINTY COEFFICIENT	0.04836	0.03747	0.06818
SOMERS' D	-0.19319	-0.23070	-0.16617
ETA		0.22720	0.30071

TABLEAU 60

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:35:07 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) AMDAHL 470/V6 VM/SP CMS

CROSSTABULATION OF ÂGE Groupe d'âge BY RESEAU Lieu de diffusion

ÂGE	COUNT / ROW PCT / COL PCT / TOT PCT	RÉSEAU 1.00 Art trad litionel	2.00 Art cont emporain	3.00 Mixte	4.00 Autres	ROW TOTAL
65 et plus	4.00	14	5	11	4	34
		41.2	14.7	32.4	11.8	7.6
		8.6	3.8	8.1	21.1	
		3.1	1.1	2.4	.9	
51-65	3.00	60	31	31	3	125
		48.0	24.8	24.8	2.4	27.8
		37.0	23.5	22.8	15.8	
		13.4	6.9	6.9	.7	
36-50	2.00	67	66	62	8	203
		33.0	32.5	30.5	3.9	45.2
		41.4	50.0	45.6	42.1	
		14.9	14.7	13.8	1.8	
20-35	1.00	21	30	32	4	87
		24.1	34.5	36.8	4.6	19.4
		13.0	22.7	23.5	21.1	
		4.7	6.7	7.1	.9	
	COLUMN TOTAL	162	132	136	19	449
		36.1	29.4	30.3	4.2	100.0

CHI-SQUARE	D.F.	SIGNIFICANCE	MIN E.F.	CELLS WITH E.F.< 5
22.09327	9	0.0086	1.439	2 OF 16 (12.5%)

STATISTIC	SYMMETRIC	WITH AGE DEPENDENT	WITH RESEAU DEPENDENT
LAMBDA	0.02064	0.0	0.03833
UNCERTAINTY COEFFICIENT	0.01938	0.01934	0.01942
SOMERS' D	-0.11027	-0.10906	-0.11149
ETA		0.17081	0.15854

TABLEAU 61

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:35:08 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) ANOVA 470/V6 VM/SP CMS

---------- CROSSTABULATION OF ----------
ÂGE Groupe d'âge BY MUSÉE Presence au musée
---------- PAGE 1 OF 1

ÂGE	COUNT / ROW PCT / COL PCT / TOT PCT	MUSÉE Exposition	Coll. permanente	Coll. et expo.	Absence	ROW TOTAL
		1.00	2.00	3.00	4.00	
65 et plus	4.00	1	4	11	18	34
		2.9	11.8	32.4	52.9	7.6
		1.5	11.8	10.9	7.3	
		.2	.9	2.4	4.0	
51-65	3.00	15	14	34	62	125
		12.0	11.2	27.2	49.6	27.8
		22.4	41.2	33.7	25.1	
		3.3	3.1	7.6	13.8	
36-50	2.00	37	11	52	104	204
		18.1	5.4	25.5	51.0	45.4
		55.2	32.4	51.5	42.1	
		8.2	2.4	11.6	23.2	
20-35	1.00	14	5	4	63	86
		16.3	5.8	4.7	73.3	19.2
		20.9	14.7	4.0	25.5	
		3.1	1.1	.9	14.0	
	COLUMN TOTAL	67	34	101	247	449
		14.9	7.6	22.5	55.0	100.0

CHI-SQUARE	D.F.	SIGNIFICANCE	MIN E.F.	CELLS WITH E.F.< 5
32.28213	9	0.0002	2.575	1 OF 16 (6.3%)

STATISTIC	SYMMETRIC	WITH AGE DEPENDENT	WITH MUSEE DEPENDENT
LAMBDA	0.00671	0.01224	0.0
UNCERTAINTY COEFFICIENT	0.03647	0.03524	0.03779
SOMERS' D	-0.06733	-0.07032	-0.06459
ETA		0.21504	0.09822

TABLEAU 62

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:35:08 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) AMDAHL 470/V6 VM/SP CMS

---------- CROSSTABULATION OF ----------
ÂGE Groupe d'âge BY COLPUB Présence coll. publique
---------- PAGE 1 OF 1

ÂGE	COUNT / ROW PCT / COL PCT / TOT PCT	COLPUB Oui 1.00	COLPUB Non 2.00	ROW TOTAL
65 et plus	4.00	10	24	34
		29.4	70.6	7.6
		6.5	8.1	
		2.2	5.3	
51-65	3.00	41	84	125
		32.8	67.2	27.8
		26.6	28.4	
		9.1	18.7	
36-50	2.00	86	118	204
		42.2	57.8	45.3
		55.8	39.9	
		19.1	26.2	
20-35	1.00	17	70	87
		19.5	80.5	19.3
		11.0	23.6	
		3.8	15.6	
	COLUMN TOTAL	154	296	450
		34.2	65.8	100.0

CHI-SQUARE	D.F.	SIGNIFICANCE	MIN E.F.	CELLS WITH E.F.< 5
14.49847	3	0.0023	11.636	NONE

STATISTIC	SYMMETRIC	WITH AGE DEPENDENT	WITH COLPUB DEPENDENT
LAMBDA	0.0	0.0	0.0
UNCERTAINTY COEFFICIENT	0.01801	0.01372	0.02621
SOMERS' D	-0.04100	-0.05120	-0.03419
ETA		0.04270	0.17950

TABLEAU 63

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:35:09 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) AMDAHL 470/V6 VM/SP CMS

CROSSTABULATION OF ÂGE Groupe d'âge BY COLENT Présence coll. entreprise

ÂGE	COUNT / ROW PCT / COL PCT / TOT PCT	COLENT Oui 1.00	COLENT Non 2.00	ROW TOTAL
65 et plus	4.00	16	18	34
		47.1	52.9	7.5
		10.7	6.0	
		3.5	4.0	
51-65	3.00	52	74	126
		41.3	58.7	27.9
		34.7	24.6	
		11.5	16.4	
36-50	2.00	67	137	204
		32.8	67.2	45.2
		44.7	45.5	
		14.9	30.4	
20-35	1.00	15	72	87
		17.2	82.8	19.3
		10.0	23.9	
		3.3	16.0	
	COLUMN TOTAL	150	301	451
		33.3	66.7	100.0

CHI-SQUARE	D.F.	SIGNIFICANCE	MIN E.F.	CELLS WITH E.F.< 5
16.63113	3	0.0008	11.308	NONE

STATISTIC	SYMMETRIC	WITH AGE DEPENDENT	WITH COLENT DEPENDENT
LAMBDA	0.0	0.0	0.0
UNCERTAINTY COEFFICIENT	0.02091	0.01587	0.03063
SOMERS' D	-0.17030	-0.21451	-0.14120
ETA		0.18563	0.19203

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:35:09 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) ANDAHL 470/V6 VM/SP CMS

CROSSTABULATION OF ÂGE Groupe d'âge BY COTE Classe de prix

ÂGE	COUNT / ROW PCT / COL PCT / TOT PCT	COTE < 500 1.00	500-999 2.00	1000-1999 3.00	2000-4999 4.00	5000-9999 5.00	10000 et + 6.00	ROW TOTAL
65 et plus	4.00	4	6	7	8	7	2	34
		11.8	17.6	20.6	23.5	20.6	5.9	7.6
		2.5	3.8	10.0	22.2	41.2	28.6	
		.9	1.3	1.6	1.8	1.6	.4	
51-65	3.00	22	49	35	12	4	4	126
		17.5	38.9	27.8	9.5	3.2	3.2	28.1
		13.9	30.6	50.0	33.3	23.5	57.1	
		4.9	10.9	7.8	2.7	.9	.9	
36-50	2.00	79	85	19	15	5	1	204
		38.7	41.7	9.3	7.4	2.5	.5	45.5
		50.0	53.1	27.1	41.7	29.4	14.3	
		17.6	19.0	4.2	3.3	1.1	.2	
20-35	1.00	53	20	9	1	1		84
		63.1	23.8	10.7	1.2	1.2		18.8
		33.5	12.5	12.9	2.8	5.9		
		11.8	4.5	2.0	.2	.2		
	COLUMN TOTAL	158	160	70	36	17	7	448
		35.3	35.7	15.6	8.0	3.8	1.6	100.0

CHI-SQUARE	D.F.	SIGNIFICANCE	MIN E.F.	CELLS WITH E.F.< 5
115.91232	15	0.0000	0.531	8 OF 24 (33.3%)

STATISTIC	SYMMETRIC	WITH AGE DEPENDENT	WITH COTE DEPENDENT
LAMBDA	0.10526	0.08607	0.12153
UNCERTAINTY COEFFICIENT	0.08727	0.09413	0.08134
SOMERS' D	0.36039	0.34960	0.37188
ETA		0.41935	0.42063

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:35:09 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) ANOVA4 470/V6 VM/SP CMS

CROSSTABULATION OF ÂGE Groupe d'âge BY DIFFUSIO Portée de la diffusion

ÂGE	COUNT / ROW PCT / COL PCT / TOT PCT	DIFFUSIO Locale 1.00	Provinciale 2.00	National 3.00	Internationale 4.00	ROW TOTAL
65 et plus	4.00	4	15	14	1	34
		11.8	44.1	41.2	2.9	7.5
		6.2	5.1	21.5	3.8	
		.9	3.3	3.1	.2	
51-65	3.00	19	74	21	12	126
		15.1	58.7	16.7	9.5	27.9
		29.2	25.1	32.3	46.2	
		4.2	16.4	4.7	2.7	
36-50	2.00	28	140	25	11	204
		13.7	68.6	12.3	5.4	45.2
		43.1	47.5	38.5	42.3	
		6.2	31.0	5.5	2.4	
20-35	1.00	14	66	5	2	87
		16.1	75.9	5.7	2.3	19.3
		21.5	22.4	7.7	7.7	
		3.1	14.6	1.1	.4	
	COLUMN TOTAL	65	295	65	26	451
		14.4	65.4	14.4	5.8	100.0

CHI-SQUARE	D.F.	SIGNIFICANCE	MIN E.F.	CELLS WITH E.F.< 5
33.38900	9	0.0001	1.960	3 OF 16 (18.8%)

STATISTIC	SYMMETRIC	WITH AGE DEPENDENT	WITH DIFFUSIO DEPENDENT
LAMBDA	0.00248	0.00405	0.0
UNCERTAINTY COEFFICIENT	0.02931	0.02660	0.03263
SOMERS' D	0.13834	0.15765	0.12325
ETA		0.23209	0.15758

TABLEAU 66

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:35:09 UNIVERSITE DU QUEBEC (MTL) ANOVA 470/V6 VM/SP CMS

CROSSTABULATION OF ÂGE Groupe d'âge BY MEDIUM Médium

ÂGE	COUNT / ROW PCT / COL PCT / TOT PCT	MÉDIUM Peinture 1.00	Gravure 2.00	Sculptur e 3.00	Autres 4.00	ROW TOTAL
65 et plus	4.00	31	1	1	1	34
		91.2	2.9	2.9	2.9	7.5
		9.7	1.6	2.3	4.3	
		6.9	.2	.2	.2	
51-65	3.00	96	9	15	6	126
		76.2	7.1	11.9	4.8	27.9
		29.9	14.1	34.9	26.1	
		21.3	2.0	3.3	1.3	
36-50	2.00	146	32	14	12	204
		71.6	15.7	6.9	5.9	45.2
		45.5	50.0	32.6	52.2	
		32.4	7.1	3.1	2.7	
20-35	1.00	48	22	13	4	87
		55.2	25.3	14.9	4.6	19.3
		15.0	34.4	30.2	17.4	
		10.6	4.9	2.9	.9	
	COLUMN TOTAL	321	64	43	23	451
		71.2	14.2	9.5	5.1	100.0

CHI-SQUARE	D.F.	SIGNIFICANCE	MIN E.F.	CELLS WITH E.F.< 5
27.91984	9	0.0010	1.734	4 OF 16 (25.0%)

STATISTIC	SYMMETRIC	WITH AGE DEPENDENT	WITH MEDIUM DEPENDENT
LAMBDA	0.00265	0.00405	0.0
UNCERTAINTY COEFFICIENT	0.03069	0.02653	0.03639
SOMERS' D	-0.14870	-0.18299	-0.12523
ETA		0.21720	0.14478

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:33:10 UNIVERSITE DU QUEBEC (MTL) ANDAWL 470/V6 VM/SP CMS

---------- CROSSTABULATION OF ----------
SEXE Sexe BY OCCUPAT Statut professionnel
---------- PAGE 1 OF 1

SEXE	COUNT / ROW PCT / COL PCT / TOT PCT	OCCUPAT 1.00 Temps plein	OCCUPAT 2.00 Temps partiel	ROW TOTAL
2.00 Féminin		34	79	113
	ROW PCT	30.1	69.9	35.3
	COL PCT	26.4	41.4	
	TOT PCT	10.6	24.7	
1.00 Masculin		95	112	207
	ROW PCT	45.9	54.1	64.7
	COL PCT	73.6	58.6	
	TOT PCT	29.7	35.0	
	COLUMN TOTAL	129	191	320
		40.3	59.7	100.0

CHI-SQUARE	D.F.	SIGNIFICANCE	MIN E.F.	CELLS WITH E.F.< 5
6.94622	1	0.0084	45.353	NONE
7.58887	1	0.0059	(BEFORE YATES CORRECTION)	

STATISTIC	SYMMETRIC	WITH SEXE DEPENDENT	WITH OCCUPAT DEPENDENT
LAMBDA	0.0	0.0	0.0
UNCERTAINTY COEFFICIENT	0.01826	0.01861	0.01793
SOMERS' D	0.15395	0.15005	0.15805
ETA		0.15400	0.15400

STATISTIC	VALUE	SIGNIFICANCE
PHI	0.15400	
CONTINGENCY COEFFICIENT	0.15220	
KENDALL'S TAU B	0.15400	0.0030
KENDALL'S TAU C	0.14441	0.0030
PEARSON'S R	0.15400	0.0029
GAMMA	0.32679	

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 146

TABLEAU 68

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:35:10 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) ANOVA4 470/V6 VM/SP CMS

---------- CROSSTABULATION OF ----------
SEXE Sexe BY MUSÉE Présence au musée PAGE 1 OF 1

	MUSÉE				
COUNT / ROW PCT / COL PCT / TOT PCT	1.00 Exposition	2.00 Coll. re.	3.00 Coll. et expo.	4.00 Absence	ROW TOTAL
SEXE					
2.00 Féminin	34	12	23	97	166
	20.5	7.2	13.9	58.4	35.8
	50.0	35.3	22.5	37.3	
	7.3	2.6	5.0	20.9	
1.00 Masculin	34	22	79	163	298
	11.4	7.4	26.5	54.7	64.2
	50.0	64.7	77.5	62.7	
	7.3	4.7	17.0	35.1	
COLUMN TOTAL	68	34	102	260	464
	14.7	7.3	22.0	56.0	100.0

CHI-SQUARE	D.F.	SIGNIFICANCE	MIN E.F.	CELLS WITH E.F.< 5
14.02332	3	0.0029	12.164	NONE

STATISTIC	SYMMETRIC	WITH SEXE DEPENDENT	WITH MUSEE DEPENDENT
LAMBDA	0.0	0.0	0.0
UNCERTAINTY COEFFICIENT	0.01736	0.02373	0.01369
SOMERS' D	-0.01455	-0.01274	-0.01694
ETA		0.17385	0.04285

STATISTIC	VALUE	SIGNIFICANCE
CRAMER'S V	0.17385	
CONTINGENCY COEFFICIENT	0.17128	
KENDALL'S TAU B	-0.01469	0.3683
KENDALL'S TAU C	-0.01357	0.3683
PEARSON'S R	-0.04285	0.0883
GAMMA	-0.02755	

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 2

TABLEAU 69

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:35:10 UNIVERSITE DU QUEBEC (MTL) ANOVA4 470/V6 VM/SP CMS

CROSSTABULATION OF SEXE Sexe BY COLPUB Présence coll. publique

SEXE	COUNT / ROW PCT / COL PCT / TOT PCT	COLPUB Oui 1.00	COLPUB Non 2.00	ROW TOTAL
Féminin	2.00	44	122	166
	ROW PCT	26.5	73.5	35.7
	COL PCT	28.2	39.5	
	TOT PCT	9.5	26.2	
Masculin	1.00	112	187	299
	ROW PCT	37.5	62.5	64.3
	COL PCT	71.8	60.5	
	TOT PCT	24.1	40.2	
	COLUMN TOTAL	156	309	465
		33.5	66.5	100.0

CHI-SQUARE	D.F.	SIGNIFICANCE	MIN E.F.	CELLS WITH E.F.< 5
5.26237	1	0.0218	55.690	NONE
5.74313	1	0.0166	(BEFORE YATES CORRECTION)	

STATISTIC	SYMMETRIC	WITH SEXE DEPENDENT	WITH COLPUB DEPENDENT
LAMBDA	0.0	0.0	0.0
UNCERTAINTY COEFFICIENT	0.00977	0.00967	0.00987
SOMERS' D	0.11112	0.11277	0.10952
ETA		0.11113	0.11113

STATISTIC	VALUE	SIGNIFICANCE
PHI	0.11113	
CONTINGENCY COEFFICIENT	0.11045	
KENDALL'S TAU B	0.11113	0.0083
KENDALL'S TAU C	0.10056	0.0083
PEARSON'S R	0.11113	0.0083
GAMMA	0.24831	

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 1

TABLEAU 70

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:35:10 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) ANOVA/HL 470/V6 VM/SP CMS

---------- C R O S S T A B U L A T I O N O F ----------
SEXE Sexe BY COLENT Présence coll. entreprise
---------- PAGE 1 OF 1

	COLENT		
COUNT / ROW PCT / COL PCT / TOT PCT	Oui 1.00	Non 2.00	ROW TOTAL
SEXE			
2.00 Féminin	39	128	167
	23.4	76.6	35.8
	25.8	40.6	
	8.4	27.5	
1.00 Masculin	112	187	299
	37.5	62.5	64.2
	74.2	59.4	
	24.0	40.1	
COLUMN TOTAL	151	315	466
	32.4	67.6	100.0

CHI-SQUARE	D.F.	SIGNIFICANCE	MIN E.F.	CELLS WITH E.F.< 5
9.09924	1	0.0026	54.114	NONE
9.73253	1	0.0018	(BEFORE YATES CORRECTION)	

STATISTIC	SYMMETRIC	WITH SEXE DEPENDENT	WITH COLENT DEPENDENT
LAMBDA	0.0	0.0	0.0
UNCERTAINTY COEFFICIENT	0.01677	0.01648	0.01707
SOMERS' D	0.14447	0.14807	0.14105
ETA		0.14452	0.14452

STATISTIC	VALUE	SIGNIFICANCE
PHI	0.14452	
CONTINGENCY COEFFICIENT	0.14303	
KENDALL'S TAU B	0.14452	0.0009
KENDALL'S TAU C	0.12973	0.0009
PEARSON'S R	0.14452	0.0009
GAMMA	0.32563	

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 0

TABLEAU 71

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:35:10 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) ANDAHL 470/V6 VM/SP CMS

CROSSTABULATION OF SEXE Sexe BY COTE Classe de prix

SEXE	COUNT / ROW PCT / COL PCT / TOT PCT	COTE 1.00 < 500	2.00 500-999	3.00 1000-1999	4.00 2000-4999	5.00 5000-9999	6.00 10000 et +	ROW TOTAL
2.00 Féminin	COUNT	75	65	16	8	1		165
	ROW PCT	45.5	39.4	9.7	4.8	.6		35.7
	COL PCT	45.7	38.9	22.5	22.2	5.9		
	TOT PCT	16.2	14.1	3.5	1.7	.2		
1.00 Masculin	COUNT	89	102	55	28	16	7	297
	ROW PCT	30.0	34.3	18.5	9.4	5.4	2.4	64.3
	COL PCT	54.3	61.1	77.5	77.8	94.1	100.0	
	TOT PCT	19.3	22.1	11.9	6.1	3.5	1.5	
COLUMN TOTAL		164	167	71	36	17	7	462
		35.5	36.1	15.4	7.8	3.7	1.5	100.0

CHI-SQUARE	D.F.	SIGNIFICANCE	MIN E.F.	CELLS WITH E.F.< 5
26.62047	5	0.0001	2.500	2 OF 12 (16.7%)

STATISTIC	SYMMETRIC	WITH SEXE DEPENDENT	WITH COTE DEPENDENT
LAMBDA	0.02174	0.0	0.03390
UNCERTAINTY COEFFICIENT	0.03291	0.05198	0.02408
SOMERS' D	-0.19863	-0.14336	-0.25332
ETA		0.24004	0.23362

STATISTIC	VALUE	SIGNIFICANCE
CRAMER'S V	0.24004	
CONTINGENCY COEFFICIENT	0.23341	
KENDALL'S TAU B	-0.20343	0.0000
KENDALL'S TAU C	-0.23264	0.0000
PEARSON'S R	-0.23362	0.0000
GAMMA	-0.35899	

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 4

TABLEAU 72

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:35:11 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) AMDAHL 470/V6 VM/SP CMS

CROSSTABULATION OF OCCUPAT Statut professionnel BY RÉSEAU Lieu de diffusion

OCCUPAT	RÉSEAU 1.00 Art trad litionel	2.00 Art cont emporain	3.00 Mixte	4.00 Autres	ROW TOTAL
2.00 Temps partiel	42	60	82	7	191
ROW PCT	22.0	31.4	42.9	3.7	59.9
COL PCT	45.2	64.5	68.9	50.0	
TOT PCT	13.2	18.8	25.7	2.2	
1.00 Temps plein	51	33	37	7	128
ROW PCT	39.8	25.8	28.9	5.5	40.1
COL PCT	54.8	35.5	31.1	50.0	
TOT PCT	16.0	10.3	11.6	2.2	
COLUMN TOTAL	93	93	119	14	319
	29.2	29.2	37.3	4.4	100.0

CHI-SQUARE	D.F.	SIGNIFICANCE	MIN E.F.	CELLS WITH E.F.< 5
13.82364	3	0.0032	5.618	NONE

STATISTIC	SYMMETRIC	WITH OCCUPAT DEPENDENT	WITH RESEAU DEPENDENT
LAMBDA	0.07012	0.07031	0.07000
UNCERTAINTY COEFFICIENT	0.02272	0.03200	0.01761
SOMERS' D	0.14612	0.12401	0.17781
ETA		0.20817	0.15383

STATISTIC	VALUE	SIGNIFICANCE
CRAMER'S V	0.20817	
CONTINGENCY COEFFICIENT	0.20390	
KENDALL'S TAU B	0.14849	0.0023
KENDALL'S TAU C	0.17087	0.0023
PEARSON'S R	0.15383	0.0029
GAMMA	0.25210	

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 147

TABLEAU 73

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:35:14 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) ANOVA 470/V6 VM/SP CMS

CROSSTABULATION OF RÉSEAU Lieu de diffusion BY MUSÉE Présence au musée

RÉSEAU	COUNT / ROW PCT / COL PCT / TOT PCT	MUSÉE Expositi on	Coll. re ns.	Coll. et expo.	Absence	ROW TOTAL
		1.00	2.00	3.00	4.00	
4.00		3	1	1	15	20
Autres		15.0	5.0	5.0	75.0	4.3
		4.5	2.9	1.0	5.8	
		.6	.2	.2	3.2	
3.00		19	11	36	73	139
Mixte		13.7	7.9	25.9	52.5	30.1
		28.4	32.4	35.3	28.2	
		4.1	2.4	7.8	15.8	
2.00		29	11	57	38	135
Art contemporain		21.5	8.1	42.2	28.1	29.2
		43.3	32.4	55.9	14.7	
		6.3	2.4	12.3	8.2	
1.00		16	11	8	133	168
Art traditionel		9.5	6.5	4.8	79.2	36.4
		23.9	32.4	7.8	51.4	
		3.5	2.4	1.7	28.8	
COLUMN TOTAL		67	34	102	259	462
		14.5	7.4	22.1	56.1	100.0

CHI-SQUARE	D.F.	SIGNIFICANCE	MIN E.F.	CELLS WITH E.F.< 5
95.49216	9	0.0000	1.472	3 OF 16 (18.8%)

STATISTIC	SYMMETRIC	WITH RESEAU DEPENDENT	WITH MUSÉE DEPENDENT
LAMBDA	0.16298	0.21088	0.09360
UNCERTAINTY COEFFICIENT	0.09589	0.09219	0.09991
SOMERS' D	-0.14695	-0.15651	-0.13849
ETA		0.18589	0.28706

TABLEAU 74

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:35:12 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) AMDAHL 470/V6 VM/SP CMS

CROSSTABULATION OF COTE Classe de prix BY RÉSEAU Lieu de diffusion

COTE	COUNT / ROW PCT / COL PCT / TOT PCT	RÉSEAU 1.00 Art traditionel	2.00 Art contemporain	3.00 Mixte	4.00 Autres	ROW TOTAL
10000 et +	6.00		4	3		7
			57.1	42.9		1.5
			2.9	2.2		
			.9	.7		
5000-9999	5.00	8	7	2		17
		47.1	41.2	11.8		3.7
		4.8	5.1	1.4		
		1.7	1.5	.4		
2000-4999	4.00	12	18	6		36
		33.3	50.0	16.7		7.8
		7.2	13.2	4.3		
		2.6	3.9	1.3		
1000-1999	3.00	27	19	20	4	70
		38.6	27.1	28.6	5.7	15.2
		16.3	14.0	14.4	21.1	
		5.9	4.1	4.3	.9	
500-999	2.00	74	45	37	10	166
		44.6	27.1	22.3	6.0	36.1
		44.6	33.1	26.6	52.6	
		16.1	9.8	8.0	2.2	
< 500	1.00	45	43	71	5	164
		27.4	26.2	43.3	3.0	35.7
		27.1	31.6	51.1	26.3	
		9.8	9.3	15.4	1.1	
	COLUMN TOTAL	166	136	139	19	460
		36.1	29.6	30.2	4.1	100.0

CHI-SQUARE	D.F.	SIGNIFICANCE	MIN E.F.	CELLS WITH E.F.< 5
40.84034	15	0.0003	0.289	7 OF 24 (29.2%)

TABLEAU 75

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:35:12 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) ANOVA 470/V6 VM/SP CMS

CROSSTABULATION OF COTE Classe de prix BY MUSÉE Présence au musée

COTE	COUNT / ROW PCT / COL PCT / TOT PCT	MUSÉE Exposition	Coll. rm.	Coll. et expo.	Absence	ROW TOTAL
		1.00	2.00	3.00	4.00	
10000 et +	6.00			6	1	7
				85.7	14.3	1.5
				5.9	.4	
				1.3	.2	
5000-9999	5.00	1	2	9	5	17
		5.9	11.8	52.9	29.4	3.7
		1.5	6.3	8.8	1.9	
		.2	.4	2.0	1.1	
2000-4999	4.00	2	5	18	11	36
		5.6	13.9	50.0	30.6	7.8
		2.9	15.6	17.6	4.3	
		.4	1.1	3.9	2.4	
1000-1999	3.00	14	5	20	32	71
		19.7	7.0	28.2	45.1	15.4
		20.6	15.6	19.6	12.4	
		3.0	1.1	4.3	7.0	
500-999	2.00	28	13	22	103	166
		16.9	7.8	13.3	62.0	36.1
		41.2	40.6	21.6	39.9	
		6.1	2.8	4.8	22.4	
< 500	1.00	23	7	27	106	163
		14.1	4.3	16.6	65.0	35.4
		33.8	21.9	26.5	41.1	
		5.0	1.5	5.9	23.0	
	COLUMN TOTAL	68	32	102	258	460
		14.8	7.0	22.2	56.1	100.0

CHI-SQUARE	D.F.	SIGNIFICANCE	MIN E.F.	CELLS WITH E.F.< 5
66.53954	15	0.0000	0.487	9 OF 24 (37.5%)

TABLEAU 76

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:35:13 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) AMDAHL 470/V6 VM/SP CMS

CROSSTABULATION OF COTE Classe de prix BY BOURSE Bourse

COTE	COUNT / ROW PCT / COL PCT / TOT PCT	BOURSE Oui 1.00	BOURSE Non 2.00	ROW TOTAL
10000 et +	6.00	6	1	7
		85.7	14.3	1.5
		4.5	.3	
		1.3	.2	
5000-9999	5.00	9	8	17
		52.9	47.1	3.7
		6.8	2.5	
		2.0	1.8	
2000-4999	4.00	20	16	36
		55.6	44.4	7.9
		15.2	5.0	
		4.4	3.5	
1000-1999	3.00	16	53	69
		23.2	76.8	15.2
		12.1	16.5	
		3.5	11.7	
500-999	2.00	30	135	165
		18.2	81.8	36.3
		22.7	41.9	
		6.6	29.7	
< 500	1.00	51	109	160
		31.9	68.1	35.2
		38.6	33.9	
		11.2	24.0	
	COLUMN TOTAL	132	322	454
		29.1	70.9	100.0

CHI-SQUARE	D.F.	SIGNIFICANCE	MIN E.F.	CELLS WITH E.F.< 5
39.08927	5	0.0000	2.035	3 OF 12 (25.0%)

TABLEAU 77

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:35:13 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) AMDAHL 470/V6 VM/SP CMS

CROSSTABULATION OF COTE Classe de prix BY COLPUB Présence coll. publique

COTE	COUNT / ROW PCT / COL PCT / TOT PCT	COLPUB Oui 1.00	COLPUB Non 2.00	ROW TOTAL
10000 et +	6.00	7		7
		100.0		1.5
		4.5		
		1.5		
5000-9999	5.00	10	7	17
		58.8	41.2	3.7
		6.5	2.3	
		2.2	1.5	
2000-4999	4.00	19	17	36
		52.8	47.2	7.8
		12.3	5.6	
		4.1	3.7	
1000-1999	3.00	26	45	71
		36.6	63.4	15.4
		16.8	14.7	
		5.6	9.8	
500-999	2.00	50	116	166
		30.1	69.9	36.0
		32.3	37.9	
		10.8	25.2	
< 500	1.00	43	121	164
		26.2	73.8	35.6
		27.7	39.5	
		9.3	26.2	
	COLUMN TOTAL	155	306	461
		33.6	66.4	100.0

CHI-SQUARE	D.F.	SIGNIFICANCE	MIN E.F.	CELLS WITH E.F.< 5
29.80097	5	0.0000	2.354	2 OF 12 (16.7%)

TABLEAU 78

08 MAR 84 Le marché de l'art au Québec
20:35:13 UNIVERSITÉ DU QUÉBEC (MTL) AMDAHL 470/V6 VM/SP CMS

CROSSTABULATION OF COTE Classe de prix BY COLENT Présence coll. entreprise

COTE	COUNT / ROW PCT / COL PCT / TOT PCT	COLENT Oui 1.00	COLENT Non 2.00	ROW TOTAL
10000 et +	6.00	7		7
		100.0		1.5
		4.6		
		1.5		
5000-9999	5.00	10	7	17
		58.8	41.2	3.7
		6.6	2.3	
		2.2	1.5	
2000-4999	4.00	25	11	36
		69.4	30.6	7.8
		16.6	3.5	
		5.4	2.4	
1000-1999	3.00	33	38	71
		46.5	53.5	15.4
		21.9	12.2	
		7.1	8.2	
500-999	2.00	38	129	167
		22.8	77.2	36.1
		25.2	41.5	
		8.2	27.9	
< 500	1.00	38	126	164
		23.2	76.8	35.5
		25.2	40.5	
		8.2	27.3	
	COLUMN TOTAL	151 32.7	311 67.3	462 100.0

CHI-SQUARE	D.F.	SIGNIFICANCE	MIN E.F.	CELLS WITH E.F.< 5
62.17861	5	0.0000	2.288	2 OF 12 (16.7%)

CONCLUSION

Cette étude sur l'état actuel du marché de l'art au Québec est principalement une évaluation des ventes d'oeuvres d'art par l'intermédiaire des galeries, courtiers, agents d'artistes, maisons d'encans , et une évaluation des aides et achats gouvernementaux.

La première constatation qui en ressort est qu'il existe un important marché de l'art au Québec qui est largement dominé par l'art commercial et le chromo, et l'art contemporain n'y occupe qu'une place marginale, si on exclut le marché institutionnel. Ce marché est soutenu par une clientèle importante mais mal informée. Cela manifeste, de la part des Québécois, un intérêt réel pour l'art, mais en même temps la très grande nécessité d'une éducation artistique de qualité.

Nous avons étudié 466 curricula vitae de la très grande majorité des artistes québécois vivants qui sont sur le marché en galerie.

Cette étude a démontré qu'une minorité d'artistes bénéficie du soutien de l'Etat, des institutions et des corporations. Il est ressorti assez clairement que c'est le secteur privé qui fait vivre les artistes. Mais, étant donné les moyens limités des amateurs d'art québécois, nos artistes vivent généralement très mal.

Le marché de l'art contemporain au Québec est essentiellement provincial, ce qui accentue la dépendance des artistes par rapport aux collectionneurs locaux. Il n'en fut pas toujours ainsi: entre 1955 et 1965, nos artistes étaient très présents sur la scène nationale.

On entend souvent dire que c'est le gouvernement qui fait vivre les artistes québécois. Nous dénions cette affirmation. L'aide gouvernementale est occasionnelle pour un artiste, tout au plus une prime ou un heureux moment dans sa carrière. Il nous semble donc que l'aide gouvernementale n'étant pas la panacée pour les artistes, il leur faut trouver d'autres débouchés. Et c'est ici qu'intervient le rôle de la galerie d'art.

Nous avons constaté que les artistes manquent de connaissances au niveau de la gestion de leur carrière et qu'ils avaient peur des galeries. Il est tout à fait normal qu'une galerie prenne 40% du prix de vente d'une oeuvre d'art,si elle offre un service de mise en marché dynamique.

Par ailleurs, certains éléments des contrats-types artiste-galerie proposés par les associations d'artistes sont parfois irréalistes du point de vue des marchands. Aussi, il serait essentiel de les reviser à la lumière de discussions avec des marchands expérimentés. Un des problèmes principaux en art contemporain au Québec est que les artistes vendent trop cher, si on compare leurs prix à ceux d'artistes de mêmes niveaux en

d'autres pays. Et cela est largement attribuable à la méconnaissance du marché de la part des jurys des institutions.

Sous prétexte d'encourager les artistes, on a acheté leurs oeuvres à des prix défiant toute concurrence avec comme conséquence qu'un divorce s'est instauré entre le marché des galeries et celui des institutions. Les institutions, d'autre part, préférant acheter directement de l'artiste plutôt que de passer par les galeries, cela n'a pas encouragé les galeries à vendre de l'art contemporain. Il faut comprendre qu'un milieu artistique est fait de divers intervenants, artiste, critique, marchand, collectionneur, muséologue, historien, et qu'encourager un intervenant aux dépens des autres nuit à long terme à l'équilibre du milieu. Il faut donc que les gouvernements encouragent par leurs achats les galeries à vendre de l'art contemporain. Car, les collectionneurs privés s'appuient largement sur le jugement des directeurs de galeries dans leurs choix. Ce n'est qu'en accroissant la présence de l'art contemporain dans les galeries commerciales qu'il pourra rejoindre ces collectionneurs privés.

Les galeries, d'autre part, doivent faire preuve de plus de dynamisme dans leur mise en marché, de plus d'implication par rapport à la carrière de leurs artistes. A la lumière de l'expérience de coopératives d'art inuit, on constate qu'il est possible d'exporter l'art québécois, à la condition que les prix soient réalistes et la mise en marché efficace. Le facteur prix devrait être déterminant dans l'évaluation des projets d'exportation de l'art

québécois. Plusieurs galeries d'art contemporain du Québec élaborent actuellement des projets de diffusion des oeuvres de leurs artistes au Canada et à l'étranger. Souhaitons qu'elles puissent disposer des moyens financiers, des techniques de marketing, et surtout du temps nécessaire à la réalisation de ces entreprises. Mais, avant de passer aux marchés extérieurs, il faudrait peut-être que nos artistes s'imposent davantage sur le marché national, et que les galeries québécoises s'associent à des galeries des autres provinces.

Le marché des corporations publiques est très important au Québec pour l'art contemporain. L'impact des acquisitions des corporations est tel que lorsqu'elles se sont retirées du marché de l'art, lors de la crise économique de 1981, plusieurs galeries ont connu de sérieuses difficultés. Il serait souhaitable que le gouvernement québécois encourage le mécénat des corporations par toutes sortes de moyens en instaurant,par exemple, un prix d'excellence, comme celui du Financial Post, pour souligner la contribution d'une entreprise, en privilégiant les hôtels qui décorent leurs chambres et différents lieux publics avec de véritables oeuvres québécoises au lieu de reproductions d'oeuvres étrangères etc...

Mais il reste que le problème fondamental du marché de l'art québécois est un problème d'éducation du public. Quand 50 000 amateurs achètent pour 30 600 000$ d'art commercial, il y a quelque chose à faire! Cela revient principalement sans doute aux musées qui,pour faire l'éducation des collectionneurs,doivent les impliquer, c'est-à-dire au départ les prendre où ils sont,

c'est-à-dire être plus ouverts à des pratiques artistiques que nous qualifierions de plus traditionnelles, tout en continuant d'affirmer également les valeurs les plus actuelles, en d'autres mots accepter des dons et organiser des expositions d'art plus traditionnel pour capter l'intérêt de ce public d'amateurs, tout en continuant d'accorder la prédominance aux formes d'art les plus défendables esthétiquement et aux manifestations les plus expérimentales. Les musées ont certes beaucoup de travail à faire, mais cela ne suffira jamais s'il n'y a pas d'autre part, organisée par le gouvernement, une grande campagne de publicité d'encouragement aux arts, se servant des mass médias électroniques. On le fait présentement pour inciter les gens à la lecture. On pourrait le faire certes avec autant de facilité pour les arts visuels.

Par ailleurs, il faudrait encourager les médias (télévision, radio, magazines et journaux non spécialisés) à faire une plus large place à l'information sur les arts visuels et à financer plus substantiellement les publications sur l'art.

En terminant, nous regrettons de n'avoir pu, faute de temps, étudier plus à fond le traitement par ordinateur des 466 curricula d'artistes. Il y a là une grande somme de renseignements qui mériterait une étude plus exhaustive.

Nous avons surtout insisté dans cette étude sur l'analyse du marché, sans examiner la participation de l'artiste aux bénéfices générés par la vente de leurs oeuvres. Rappelons que les artistes ne tirent qu'une faible part des premières ventes de leurs oeuvres, entre 10 et 60% du prix de détail selon les

réseaux et la notoriété de l'artiste, et que la revente occupe une large part sur ce marché. Aussi, dans une perspective de développement de l'autosuffisance de l'artiste, il faudrait s'assurer que les nouveaux programmes d'aide à la mise en marché de l'art tiennent compte à la fois des obligations des marchands et des besoins des artistes et d'un élargissement de leurs droits d'auteur.

LISTE DES TABLEAUX

		page
1-	Estimé du volume des transactions sur le marché québécois de l'art par genre d'oeuvres d'art et par type de vendeurs.	57
2-	Répartition du marché québécois de l'art par genre, selon les types de vendeurs.	58
3-	Répartition du marché québécois de l'art, par genre.	59
4-	Répartition du marché en galerie, par genre.	60
5-	Répartition du marché des ventes aux enchères, par genre.	61
6-	Répartition du marché québécois de l'art par type de vendeurs, selon les genres.	62
7-	Répartition du marché par type de vendeurs.	63
8-	Répartition du marché de l'art contemporain, par vendeur .	64
9-	Répartition du marché de l'art inuit, par vendeur.	65
10-	Répartition du marché de la figuration moderne et traditionnelle, par vendeur .	66
11-	Répartition du marché de l'art commercial, par vendeur.	67
12-	Répartition du marché québécois de l'art, selon les genres et selon les origines des oeuvres.	68
13-	Répartition du marché québécois de l'art contemporain, selon l'origine des oeuvres.	69
14-	Répartition du marché des ventes aux enchères entre les oeuvres uniques et les multiples.	70
15-	Répartition de la clientèle par type de vendeurs.	71
16-	Répartition de la clientèle selon les genres.	72
17-	Répartition de la clientèle de l'art contemporain et de la figuration traditionnelle et moderne, selon l'origine des oeuvres.	73
18-	Répartition de la clientèle de l'art contemporain, selon les disciplines artistiques.	74
19-	Bourses "A" accordées par le Conseil des Arts du Canada, de 1978 à 1982.	90

20- Graphique des pourcentages des bourses "A" accordées par le Conseil des Arts du Canada aux artistes de l'Ontario et du Québec, de 1978 à 1982. 91

21- Bourses "B" accordées par le Conseil des Arts du Canada, de 1978 à 1982. 92

22- Graphique des pourcentages des bourses "B" accordées par le Conseil des Arts du Canada aux artistes de l'Ontario et du Québec, de 1978 à 1982. 93

23- Bourses de frais accordées par le Conseil des Arts du Canada, de 1978 à 1982. 94

24- Graphique des pourcentages des bourses de frais accordées par le Conseil des Arts du Canada aux artistes du Québec et de l'Ontario, de 1978 à 1982. 95

25- Bourses de courte durée accordées par le Conseil des Arts du Canada, de 1978 à 1982. 96

26- Graphique des pourcentages des bourses de frais accordées par le Conseil des Arts du Canada aux artistes du Québec et de l'Ontario, de 1978 à 1982. 97

27- Distribution par régions des artistes qui ont vendu pour plus de 25 000$ à la Banque d'oeuvres d'art, de 1975 à 1981. 98

28- Acquisitions de la Banque d'oeuvres d'art selon les tendances artistiques. Artistes qui ont vendu pour plus de 25 000$, de 1975 à 1981. 99

29- Acquisitions de la Banque d'oeuvres d'art selon le sexe. Artistes qui ont vendu pour plus de 25 000$, de 1975 à 1981. 100

30- Répartition des artistes inscrits selon la discipline et le sexe - Collection du Prêt d'oeuvres d'art, 1982-1983. 101

31- Répartition des artistes retenus au programme, selon le sexe - Collection du Prêt d'oeuvres d'art, 1982-1983. 102

32- Musée du Québec. Sommes consacrées à l'achat d'oeuvres d'art, de 1979 à 1983. 108

33- Musée du Québec. Graphique comparatif des sommes consacrées à l'achat d'oeuvres d'art ancien et moderne et d'oeuvres contemporaines, de 1979 à 1983. 109

34- Musée d'Art Contemporain. Sommes consacrées à l'achat d'oeuvres d'art, de 1978 à 1983. 110

35- Musée d'Art Contemporain. Graphique comparatif des sommes consacrées à l'achat d'oeuvres d'art québécois, canadien et international, de 1978 à 1983. 111

36- Musée d'Art Contemporain. Nombre d'oeuvres acquises par achats, de 1979 à 1983. 112

37- Musée d'Art Contemporain. Nombre d'achats d'oeuvres contemporaines. Graphique. 113

38- Musée d'Art Contemporain. Nombre d'oeuvres d'art québécoises achetées par discipline, de 1979 à 1983. 114

39- Musée du Québec. Nombre de dons d'oeuvres reçues, de 1979 à 1983. 115

40- Musée du Québec. Graphique comparatif du nombre d'oeuvres données en art ancien et moderne, et en art contemporain, de 1979 à 1983. 116

41- Musée d'Art Contemporain. Nombre d'oeuvres acquises par dons, de 1979 à 1983. 117

42- Musée d'Art Contemporain. Graphique du nombre d'oeuvres acquises par dons, de 1979 à 1983. 118

43- Musée d'Art Contemporain. Nombre d'oeuvres d'art québécoises données, de 1979 à 1983. 119

44- Musée d'Art Contemporain. Répartition en pourcentage des acquisitions selon les disciplines, de 1979 à 1983. 120

45- Musée des Beaux-arts de Montréal. Budgets d'achat d'oeuvres produites après 1939, de 1979 à 1983. 121

46- Musée des Beaux-arts de Montréal. Nombre d'oeuvres produites en 1939, achetées et données, de 1979 à 1983. 122

47- Répartition des artistes selon le sexe. 130

48- Répartition des artistes selon l'âge. 131

49- Répartition des artistes selon la formation. 132

50- Répartition des artistes selon le temps consacré à la pratique artistique. 133

51- Répartition des artistes selon le circuit des galeries d'art. 134

52- Répartition des artistes selon leur présence au musée. 135

53- Répartition des artistes selon leur présence dans la liste des boursiers. 136

54- Répartition des artistes selon leur présence dans les collections publiques. 137

55- Répartition des artistes selon leur présence dans les collections d'entreprises. 138

56- Répartition des artistes selon la cote de leurs oeuvres. 139

57- Répartition des artistes selon l'étendue de leur circuit de diffusion. 140

58- Répartition des artistes selon la discipline. 141

59- Répartition des artistes selon l'âge et le temps consacré à la pratique artistique. 142

60- Répartition des artistes selon l'âge et le circuit de diffusion. 143

61- Répartition des artistes selon l'âge et la présence au musée. 144

62- Répartition des artistes selon l'âge et la présence dans la collection publique. 145

63- Répartition des artistes selon l'âge et la présence dans la collection d'entreprise. 146

64- Répartition des artistes selon l'âge et la cote. 147

65- Répartition des artistes selon l'âge et l'étendue de la diffusion. 148

66- Répartition des artistes selon l'âge et la discipline. 149

67- Répartition des artistes selon le sexe et le temps consacré à la pratique artistique. 150

68- Répartition des artistes selon le sexe et la présence au musée. 151

69- Répartition des artistes selon le sexe et la présence dans la collection publique. 152

70- Répartition des artistes selon le sexe et la présence dans la collection d'entreprise. 153

71- Répartition des artistes selon le sexe et la cote. 154

72- Répartition des artistes selon le temps consacré à la pratique artistique et le circuit de diffusion. 155

73- Répartition des artistes selon le circuit de diffusion et la présence au musée. 156

74- Répartition des artistes selon la cote et le circuit de diffusion. 157

75- Répartition des artistes selon la cote et la présence au musée. 158

76- Répartition des artistes selon la cote et la présence dans la liste des boursiers. 159

77- Répartition des artistes selon la cote et la présence dans la collection publique. 160

78- Répartition des artistes selon la cote et la présence dans la collection d'entreprise. 161

SYNTHÈSE

L'étude sur l'état actuel du marché de l'art au Québec est principalement une évaluation des ventes d'oeuvres d'art par l'intermédiaire des galeries, courtiers, agents d'artistes, maisons d'encans, et une évaluation des aides et achats gouvernementaux. Elle ne tient pas compte des ventes faites par l'artiste lui-même à des particuliers, ce qui nous a paru difficile à évaluer.

La première constatation qui en ressort est qu'il existe un important marché de l'art au Québec, évalué entre $46, 425, 000. et $61, 195, 000. annuellement qui se répartit ainsi:
de $19,250,000. à $30,600, 000 (soit 41.5 à 50%) pour l'art commercial (chromos),
de $17,750,000. à $20,500,000 (soit 33.5 à 38.2%)pour la figuration traditionnelle et moderne (19e et 20e s.),
de $ 7,450,000 à $8,400, 000 (soit 13.7 à 16%) pour l'art contemporain (abstraction et nouvelle figuration),
de $1,975,000 à $2,450,000 (soit 4 à 4.3%) pour l'art inuit.

Ce marché est soutenu par une clientèle de 39,500 à 48,000 amateurs, soit
de 35,000 à 40,000 amateurs pour l'art commercial,
de 3,000 à 5,000 amateurs pour la figuration traditionnelle et moderne,
de 1,500 à 3,000 amateurs pour l'art contemporain.
Cela manifeste de la part des québecois un intérêt réel pour l'art, mais en même temps la très grande nécessité d'une éducation artistique de qualité.

Nous avons étudié les curricula de la très grande majorité des artistes québécois vivants qui sont dans une galerie et/ou qui ont exposé depuis quelques années, et/ou qui sont mentionnés dans le Guide Vallée 1983 de l'art québecois: nous en avons dénombré 466. Cette étude a démontré que 28% seulement de ces artistes obtenaient des bourses et que 7% étaient présents dans les collections des musées du Québec. Il est ressorti assez clairement que c'est le secteur privé qui faisait vivre les artistes. Le prix moyen du petit format de 70% de ces artistes est inférieur à $1000. Et sept artistes seulement vendent leur petit format à $10,000. et plus.

Le marché de l'art contemporain au Québec est essentiellement provincial. 65.5% des 466 artistes ont une diffusion uniquement locale, 14.2% une diffusion nationale et 5.8%, une diffusion internationale. Il n'en fut pas toujours ainsi: entre 1955 et 1965, nos artistes étaient très présents sur la scène nationale. L'art étranger vendu au Québec ne représenterait qu'entre 10.7% et 11.9% du marché de l'art contemporain, et celui du reste du Canada seulement de 13.4% à 14.4%.

On entend souvent dire que c'est le gouvernement qui fait vivre les artistes québécois. Nous dénions cette affirmation. L'aide gouvernementale est occassionnelle pour un artiste, tout au plus une prime ou un heureux moment dans sa carrière. Le montant total des bourses aux artistes est à peu près identique (dans l'ordre de $400,000 annuellement) au fédéral comme au provincial, à la différence qu'au Québec les bourses sont moins élevées et qu'un plus grand nombre d'artistes en profitent,...l' égalité dans la misère! De 1979 à 1982, la très grande majorité des boursiers du provincial (moyenne de 93 élus annuellement) a reçu moins de $3000. Au Fédéral, durant la même période, il n'y avait en moyenne par année que 64 élus, et parmi ceux-ci, 4 ont bénéficié de la bourse"A"($19,000.) et 18 de la bourse"B"($13,000.).

27 artistes depuis cinq ans (1977-82) ont reçu plus de $25,000. en achats de la banque d'art du Canada. Treize de ces 27 vivent en Ontario, et sept québécois se sont partagé la somme de $359,837. Sur ces 27, deux seulement durant cette période n'ont pas été membres des jurys décidant de l'achat des oeuvres. Il semble que nous soyons en présence d'une sorte d'oligarchie! L'aide gouvernementale prend aussi la forme de la commandite. Le budget provincial annuel du 1% en 1982-83, soit $1,470,104. est intéressant, mais il faut considérer, puisqu'il s'agit principalement de commandes de sculptures, que l'on aide ainsi autant les compagnies de matériaux que les artistes eux-mêmes! Il nous semble donc que l'aide gouvernementale n'étant pas la panacée pour les artistes, il leur faut trouver d'autres débouchés. Et c'est ici qu'intervient le rôle de la galerie d'art.

Nous avons constaté que les artistes manquent de connaissances au niveau de la gestion de leur carrière et qu'ils avaient peur des galeries. Il est tout à fait normal qu'une galerie prenne 40% du prix de vente d'une oeuvre d'art, et

les contrats-types artiste-galerie proposés par les associations d'artistes sont tout à fait irréalistes par rapport aux marchands. Le problème principal en art contemporain au Québec est que les artistes vendent trop cher, si on les compare à des artistes de même qualité dans d'autres pays. Et cela est dû principalement au manque d'esprit critique des jurys dans les institutions. Sous prétexte d'encourager les artistes, on a acheté leurs oeuvres à des prix défiant toute concurrence avec comme conséquence qu'un divorce s'est instauré entre le marché des galeries et celui des institutions. Les institutions,d'autre part,préférant acheter directement à l'artiste plutôt que de passer par les galeries, cela n'a pas encouragé les galeries à vendre de l'art contemporain. Il faut comprendre qu'un milieu artistique est fait de divers intervenants, artiste, critique, marchand, collectionneur, muséologue, historien, et qu' encourager un intervenant aux dépens des autres nuit à l'ensemble du milieu. Il faut donc que les gouvernements encouragent les galeries à vendre de l'art contemporain. Les galeries d'autre part doivent faire preuve de plus de dynamisme dans leur mise en marché, de plus d'implication par rapport à la carrière de leurs artistes.

Le marché de l'art traditionnel et moderne au Québec est principalement un marché d'exportation, celui de l'art inuit, essentiellement un marché d'exportation; le marché de l'art contemporain pourrait aussi le devenir si on considère qu'il n'existe pas un seul marché de l'art international, celui du vedettariat des grandes capitales. Il est possible d'exporter des oeuvres, à la condition que les prix soient réalistes, et la mise en marché efficace. Le facteur prix devrait être déterminant dans l'évaluation des projets d'exportation de l'art québecois. Plusieurs galeries d'art contemporain du Québec élaborent actuellement des projets de diffusion des oeuvres de leurs artistes au Canada et à l'étranger. Souhaitons qu'elles puissent disposer des moyens financiers, des techniques de marketing, et surtout du temps nécessaire à la réalisation de ces entreprises. Mais avant de passer aux marchés extérieurs, il faudrait peut-être que nos artistes s' imposent davantage sur le marché national, par le biais des institutions fédérales, des musées des autres provinces et des corporations publiques, qu'ils cherchent à exposer et à se faire acheter dans les autres provinces, et que les galeries québécoises s'associent à des galeries des autres provinces.

Le marché des corporations publiques est très important au Québec pour l'art contemporain. L'impact des acquisitions des corporations est tel que lorsqu'elles se sont retirées du marché de l'art, lors de la crise économique de 1981, plusieurs galeries ont connu de sérieuses difficultés. Pour un certain nombre de galeries, le marché des corporations représente 50% de leur chiffre d'affaires. Une centaine de corporations achètent des oeuvres d'art au Québec, essentiellement dans les galeries. Ce sont les clients des galeries qui paient le plus cher pour une oeuvre et qui ont les plus gros budgets d'acquisitions. Leur budget peut aller jusqu'à 100,000 $ par année, bien qu'en général, les montants sont plus de l'ordre de 10,000 $ à 50,000 $.Il y a en Ontario beaucoup plus de corporations qui collectionnent et leurs budgets sont plus importants! Il serait souhaitable que le gouvernement québécois encourage le mécénat des corporations par toutes sortes de moyens, en instaurant par exemple, un prix d'excellence, comme celui du Financial Post, pour souligner la contribution d'une entreprise, en privilégiant les hôtels qui décorent leurs chambres et différents lieux publics avec des véritables oeuvres québécoises,au lieu de reproductions d'oeuvres étrangères, etc...

Mais il reste que le problème fondamental du marché de l'art québécois est un problème d'éducation du public. Quand 50,000 amateurs achètent pour $30,600,000. d'art commercial, il y a quelque chose à faire! Cela revient principalement sans doute aux musées qui,pour faire l'éducation des collectionneurs,doivent les impliquer, c'est-à-dire au départ les prendre où ils sont, c'est-à-dire être plus ouverts à des pratiques artistiques que nous qualifierions de plus traditionnelles, tout en continuant d'affirmer également les valeurs les plus actuelles, en d'autres mots accepter des dons et organiser des expositions d'art plus traditionnel pour capter ce public d'amateurs tout en continuant d'accorder la prédominance aux formes d'art les plus défendables esthétiquement et aux manifestations les plus expérimentales. Les musées ont certes beaucoup de travail à faire, mais cela ne suffira jamais s'il n'y a pas d'autre part, organisée par le gouvernement,une grande campagne de publicité d'encouragement aux arts, se servant des mass media électroniques. On le fait présentement pour inciter les gens à la lecture. On pourrait le faire certes avec autant de facilité pour les arts visuels.

TABLE DES MATIÈRES

	page
INTRODUCTION	2
CHAPITRE I - LES MARCHÉS DE L'ART AU QUÉBEC	5
Définition	5
Diversité du marché québécois de l'art	6
Les esthétiques et le marché de l'art au Québec	8
Le marché de l'art traditionnel	9
Le marché de l'art contemporain	12
Le marché de l'art inuit	17
Le marché de l'art commercial et du chromo	19
Le marché de la peinture et les autres arts	22
Art québécois et art étranger sur le marché	25
Le marché de l'art et les régions	26
Les différents vendeurs sur le marché	28
Les galeries	28
Les salles de vente	29
Les marchés parallèles	29
Art québécois et exportation	33
Art traditionnel et moderne	33
Art contemporain	34
Le marché québécois de l'art et ses clientèles	39
Les amateurs d'art sur le marché québécois de l'art	39
Les corporations sur le marché québécois de l'art	44
Les institutions et le marché québécois de l'art	48
Le marché et l'aide de l'État	52

page

CHAPITRE II - LE MÉCÉNAT D'ÉTAT 75

Le Conseil des Arts du Canada 75

Service de bourses aux artistes 75
La Banque d'oeuvres d'art 79

Le ministère des Affaires culturelles 82

Le programme d'Aide à la création 82
Le 1% 84
La collection du Prêt d'oeuvres d'art 87

CHAPITRE III - LES POLITIQUES D'ACQUISITION DES MUSÉES DU QUÉBEC 103

Les achats 103

Les dons 106

CHAPITRE IV - CARRIÈRE ARTISTIQUE ET MARCHÉ DE L'ART 123

Profil de carrière d'artistes 123

Les femmes et le marché de l'art 127

Formation artistique et carrière 128

CONCLUSION 162

LISTE DES TABLEAUX 168

SYNTHÈSE 173

Publications du Service gouvernemental de la propriété intellectuelle et du statut de l'artiste

1. L'essentiel sur le droit d'auteur, recherche et rédaction Jean Basile, éditeur officiel du Québec - avril 1982

2. Droit d'auteur: Analyse des pratiques de la Bibliothèque nationale du Québec et des Archives nationales du Québec, par Me Claude Brunet - août 1982

3. Guide du droit d'auteur - à l'usage des services juridiques, par Me Ghislain Roussel, supervisé par Me Michel Paré - septembre 1982

4. Droit d'auteur et politique d'intégration des arts à l'architecture et à l'environnement, par Me Vivianne de Kinder - septembre 1982

5. Reproduction par le gouvernement du Québec d'oeuvres protégées, par Me Michel Paré - octobre 1982

6. Le droit d'auteur, les photographes et les photographies, par Me Ghislain Roussel - novembre 1982

7. Mise en oeuvre d'un système de demande et de délivrance d'autorisations de reproductions d'oeuvres protégées par le droit d'auteur au niveau collégial, par Lin Gingras, Ph. D. - décembre 1982

8. Bibliographie sur le droit d'auteur: Répertoires de centres gouvernementaux de documentation et de la bibliothèque de Droit de l'université Laval, par Liette Dandurand, bibliotechnicienne - février 1983

9. La câblodistribution et le droit d'auteur - éléments de réflexion par Francine Lalonde - avril 1983

10. Les oeuvres dérivées, par Pierre Tissevre - mai 1983

11. La protection des articles de journaux et de revues et la sanction de la contrefaçon de ceux-ci, par Me Hélène Richard, août 1983

12. Le contrôle de la diffusion des oeuvres audio-visuelles du gouvernement du Québec, par Me Claude Brunet - août 1983

13. Le gouvernement du Québec et les droits d'auteurs de la Couronne, par Me Claude Brunet - septembre 1983

14. La situation du travailleur culturel québécois en regard des différentes législations fiscales, par Me André Lareau - septembre 1983

15. À qui s'adresser: Demandes d'autorisations de reproduction et d'exécution ou de représentation publique d'une oeuvre protégée, par Me Ghislain Roussel - octobre 1983

16. Le travailleur culturel et la législation fédérale et québécoise de sécurité sociale, par Pierre Issalys, professeur - novembre 1983

17. Le droit d'auteur et l'informatique, par Marcel Garneau et Francesco Arena - février 1984

18. La protection juridique du logiciel: options et statistiques, par Me Jean Goulet - mars 1984

19. Le marché de l'art et l'artiste au Québec, par Francine Couture, Ninon Gauthier, Yves Robillard - avril 1984

20. Le statut juridique de l'artiste interprète, par Claude Pichette, avocat - octobre 1984

POOR

QUALITY

ORIGINAL